

機関誌ベトナム2021-2022 目次

ご挨拶「若者の力で日越外交関係50年を迎えたい」… 公益社団法人ベトナム協会 会長 山中祥弘…	1
ベトナムフェスティバル2021 日越交流の再開を目指して シンチャオ!ベトナム ……	2

事業報告

オンライン講演会

1. 日本食品海外プロモーションセンターの役割とベトナムへの食品輸出のポイント 日本貿易振興機構(ジェトロ) 日本食品海外プロモーションセンター執行役 北川浩伸氏…	3
---	---

ベトナム人日本語作文コンテスト

2. ベトナム人日本語作文コンテスト in Vietnam 「私は日本へ留学したい」成績発表 ……	8
最優秀賞 「さようなら」じゃなくて、またね! ハノイ大学日本語学部 ダン・ティ・ミン・ホアさん ……	9
日本への留学を希望する理由 南学日本語学校 ファム・ティ・キム・チーさん ……	11

アンケート調査

3. <コロナ禍>ベトナム人留学生の生活実態調査アンケート報告	
---------------------------------	--

オンライン日本語会話練習

4. <コロナ禍>VJCT ボランティア日本語コミュニケーショントレーニング VJCT事業に参加しての感想 ……	齋藤博氏 … 21
---	-----------

調査研究報告

「総説」黒毛和種牛肉の特徴的な脂質・香りの解析

—ベトナム市場への動物性食品の輸出促進を目指して—

神戸大学大学院 農業研究科 助教 上田修司氏 … 23

COVID-19流行前後における在留ベトナム人人口の動向

東京大学大学院 総合文化研究科博士課程 広域科学専攻 野村侑平氏 … 27

賛助会員制度(ベトナムに関係がある団体等)の導入

ベトナム関係団体活動報告

一般社団法人日本ベトナムビジネス連合会設立 ……	30
一般社団法人ベトナム情報センター設立 ……	32
一般社団法人大阪ベトナム友好協会 ……	33
一般社団法人在日ベトナム仏教信者会 ……	35

ベトナム 活動紹介

1. ハノイ大学日本語・日本文化コラボレーションセンター ……	38
2. コロナ禍 ハノイ大学&横浜看護専門学校リモート交流 ……	40
3. ハノイ国家大学 外国語大学 日本語学部 日本語プレゼン講座 森 忍氏 ……	42
4. 第15回ベトナム語スピーチコンテスト 神田外語大学 ……	46

掲示板

公益社団法人ベトナム協会 新入会員紹介 会員名簿 ……	48
新役員紹介 役員一覧表 ……	49
会員の皆様へ メール情報配信一覧表 ……	50

あとがき ……	51
---------	----

表紙写真 ハノイ市文廟にて 高校生

ご挨拶

2023日越外交関係樹立50年を 若者の力で新たな関係を築きましょう

公益社団法人ベトナム協会
会長 山中 祥弘



来年2023年は日越外交関係樹立50周年の記念すべき年を迎えます。今年はその準備の年になります。昨年はコロナ禍のために日越交流の多くのイベントが中止になりました。今年こそ自由な往来、交流ができる年であって欲しいと願っています。

日本とベトナムとの人的交流は（下表参照）、2021年6月時点とコロナ禍前（2019年12月時点）の在留ベトナム人総数を比較してみますと、2021年6月には450,046人となり2019年から約38,000人増加しています。在留資格別で見ますと、増加したのは技・人・国と特定技能・家族滞在で、減少は技能実習と留学生、特に留学生の落ち込みは顕著なのがわかります。2022年に入ってこうした傾向はさらに進んでいるのではないのでしょうか。

弊協会では、これまでの在留ベトナム人留学生を対象にした「日本語作文コンテスト」にかえて、ベトナムで日本留学を夢見ている学生を対象に、「日本語作文コンテスト in Vietnam」を、カウンターパートであるベトナム日本友好協会と共催で開催しました。日本語学部を持つ20校近くの大学の学生から73点の応募がありました。いずれも日本留学を夢見る熱い思いを綴った優秀な作品でした。昨秋にはベトナムでの表彰式を計画していましたがコロナ禍のため開催できず、まず本誌で成績発表し、優秀賞作品を掲載しています。

また、新たにベトナム大使館やハノイ大学のご協力を得て、ベトナムで日本語を学ぶ学生を対象にオンライン日本語会話トレーニングをはじめました。コロナ禍で越日交流の機会が減り、日本人との会話の機会を失った学生にとって、オンラインでの日本語会話トレーニングは、学んできた日本語が日本人に通じるのか確かめる良い機会にもなります。現在まで62名の学生が参加し、ボランティアでご協力頂いています日本側の先生方には改めてお礼を申し上げます。

ベトナムには、多くの日本ファンの学生や若者がいます。日本語学部を持つ大学も20を超え、仕事をしながら日本語センターで学ぶ若者も大勢います。日本に留学して、卒業後日本で就職を希望しても、特に文系の学生は日本人との競争で高い壁を経験することになります。外国人採用枠を設けるとか、特定技能の社会的地位を引き上げるとか、整備を考えていく必要があるのではないのでしょうか。

日越友好親善の次なる飛躍は両国の若者の双肩にかかっていると考えます。

ベトナム人主な在留資格別人数（出入国在留管理庁在留外国人統計より）							ご参考 総人数比較	
	総人数	技・人・国	特定技能	技能実習	留学生	家族滞在	2019/12	2021/6
2019年12月	411,968	51,713	901	218,727	79,292	21,609	中国	813,675
2020年6月	420,415	58,471	3,500	218,101	65,818	23,528	韓国	446,364
2020年12月	448,053	61,181	9,412	208,879	65,653	25,961	フィリピン	282,798
2021年6月	450,046	64,093	18,191	202,365	51,337	27,351	台湾	64,773

日越交流の再開をめざして シンチャオ！ベトナム 「ベトナムフェスティバル 2021」

2021年12月11日（土）・12日（日）会場：上野恩賜公園 竹の台広場

- 主催：ベトナムフェスティバル 2021 実行委員会
- 共催：駐日ベトナム大使館 最高顧問：松田岩夫元国務大臣
実行委員長：ヴー・ホン・ナム駐日ベトナム大使、共同委員長：青柳陽一郎衆議院議員
- 後援：外務省、文化庁、東京都、国際機関日本アセアンセンター、公益社団法人ベトナム協会、
ベトナム外務省・文化スポーツ観光省

本イベントは日越両国における文化交流の象徴的な祭典、ベトナム政府が海外で開催する唯一の公認交流イベントとして、広く両国民一体で取り組み、参加していくことを実現する場（プラットフォーム）です。コロナ禍で交流イベントの中止が続く中、日本とベトナムとの交流再開を後押しするフェスティバルとして、新型コロナウイルスへの対策をしながら開催されました。

開会式にはラム・タイン・フォン代理大使、湯下博之氏（幣協会副会長・民間外交推進機構専務理事・元駐ベトナム大使）、梅田邦夫氏（幣協会理事・前駐ベトナム大使）などが壇上に上り、青柳委員長の開会宣言でスタートしました。会場には手嶋専務理事、小川常務理事など協会関係者が参加しました。

会場は、代々木公園に比べてかなり狭かったのですが、コロナで動くことができなかった人たちが2日間で約3万人集まり、いつもよりベトナムの人が多かったように思いました。入場を待つ人で入り口前には何重もの行列ができ、入場制限が出るなど大変な賑わいになりました。上野公園のイチョウはちょうど見ごろ、秋の深まりとベトナムを満喫するイベントになりました。



入場を待つ行列



日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO) の役割とベトナムへの食品輸出のポイント

日本貿易振興機構 (ジェトロ)
日本食品海外プロモーションセンター
執行役 北川 浩伸氏
(公益社団法人ベトナム協会 理事)



令和4年1月28日日本貿易振興機構 日本食品海外プロモーションセンター執行役の北川 浩伸氏によるオンライン講演会を開催しました。

目指すこと

四方を海に囲まれ、四季折々の美しく豊かな自然に恵まれた国、日本。その豊かな自然が生み出した食文化は、自然を尊ぶという日本人の気質にも支えられ、長い年月をかけて磨かれてきた賜物と言ってもいいでしょう。そんな日本の食文化と食品を広く世界に向けて発信するために、JFOODOは設立されました。私たちは、美味しく健康的な日本の食品を海外の皆様にも知ってもらい、試してもらい、そしてファンになってほしいと願っています。

そのために、戦略的なプロモーションを通して「日本産」の価値を向上させるとともに、ブランド力を高めて輸出拡大に貢献していくこと、それがJFOODOの目指すことです。

業務

- ①政府の実行戦略(農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略)を踏まえて選定した品目・国地域における統合型マーケティングコミュニケーション(IMC/Integrated Marketing Communication※)の実施
- ②海外市場におけるマーケティング情報(現地ニーズの分析等)の提供(調査報告書の作成)
- ③海外市場におけるビジネス慣行等の情報提供(調査報告書の作成)
- ④海外市場における営業同伴(現地フィールドマーケターが実施)

※統合型マーケティングコミュニケーション(IMC/Integrated Marketing Communication):マーケティング活動全体を通じて一貫したコンセプトを、ターゲットの状況に応じて最適な手法でメッセージや価値を発信し、態度変容を促すマーケティングアプローチ。

JFOODOは、農林水産業、地域活力創造本部による2016年11月の決定に基づき2017年4月に設置された日本の農林水産物・食品のブランド構築のための消費者向けプロモーション実施機関である。

- 【名称】日本食品海外プロモーションセンター
- 【略称】JFOODO (ジェイフードー)
- 【本部】赤坂アークヒルズ内7階
- 【センター長】小林栄三伊藤忠商事(株)前会長・現名誉理事)
- 【執行役】執行役(COO)中山勇、執行役(CAO)北川浩伸

JFOODO各プロモーションへの登録事業数

JFOODOプロモーションに参加したい事業者を募集し、延べ874件(527社)が参加している

<JFOODOプロモーション 事業者申込状況> 2021年3月末時点

品目	申込件数 (延べ数) (件)	申込企業数			
		2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
和牛	42	39	10	4	11
水産物	104	75	18	11	59
日本産	84	83	29	15	24
米類	25	25	15	2	4
日本産	56.5	25.5	7.2	16.4	20.3
日本ワイン	32	32	16	10	4
カクテル	22	22	13	4	5
【登録合計】	874	527	170	210	309

2020年度プロモーション(日本語)
- 扱う品

日本産の「国産の良さを伝える」は日本産振興会中央会、国和庁と連携して2019年に開始・発展。2021年は、オンライン上で国産の良さを伝える「国産の良さを伝える」(9月1日現在83社が登録)

国産の良さを伝える(国産)

国産の良さを伝える(国産)

国産の良さを伝える(国産)

2020年度プロモーション(日本語・西語)
- プロモーションの全体像

高介類といえは日本産という認知を確立するために、各々の消費者にとって馴染みのある広東産介料類と日本産の個性の良さを訴求し、消費者による自然発生的な口コミの拡散を促した

国産の良さを伝える(国産)

国産の良さを伝える(国産)

国産の良さを伝える(国産)

JETRO
Japan External Trade Organization

ベトナム市場における日本産食品の市場開拓可能性調査

●ベトナムの輸入市場において、2015～2018年の3年間で輸入額が拡大している10品目を選定。

①日本産シェアが相対的に低い：
清涼飲料水、菓子、畜産物(牛肉/豚肉/鶏肉)、青果物。

②日本産シェアが相対的に高い：
アルコール(日本酒)、醤油、インスタント麺、うどん/そば/そうめん(卵を含まない麺)、緑茶、水産物/水産調製品。

●上記10品目について、INTAGE Vietnamに委託し、市場調査会社としての現地での知見、インタビュー調査(※)から得られた情報等に基づき、ホーチミン・ハノイでの生産、流通、消費及び輸入の動向を分析。当該品目についての日本産品の参入に当たっての課題を整理。

※インタビュー調査の方式
近年売り上げが伸びている近代的小売・流通事業者、飲食店等を販売先として有する卸売業者にインタビュー調査を実施。

40

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

JETRO
Japan External Trade Organization

清涼飲料水

中間層市場は魅力的であるが競争が激しい。輸入商品においては関税もあるので、商品の差別化が重要

消費	2019年上半期における国内清涼飲料水の消費額は25.9兆VND(前年比39.2%増)、消費量は62億3000万ℓ(同39.5%増)だった。内訳上位は、飲料水(全体の58.3%)、ソフトドリンク(同12.1%)、フルーツジュース(同10%)とミネラルウォーター(同10%)、ミネラル添加飲料(同8.8%)、炭酸飲料水(同0.7%)。	流通	清涼飲料水は主に、カフェ、レストラン、飲食店、ホテルなどオントレードで消費されている。オントレードとオフトレードの比率は6対4で、オントレードでの消費が増えている。 オントレード：カフェ、レストラン、飲食店、ホテルでの購入 オフトレード：スーパー、食料品店などでの購入
消費者	ベトナムは、15～54歳の労働人口が62.2%を占め、そのうち40歳までの若年層が最大の消費者層である。	強み (+)	ベトナムは若年層が多く、中間層が拡大 スーパー/ハイパーマーケットなどの小売ネットワークにより全国の消費者への供給が容易に
トレンド	この層のトレンドとして、健康食品やシュガーレス・カフェインレスの飲料を望む消費者の増加が挙げられる。炭酸飲料水の売上伸び率を見ると、2011年の27.9%から2019年は9.3%に留まり、2023年には5.7%にまで減速すると予想されている。背景には、糖尿病、高血圧、がんの発生率の上昇、心身の健康維持・増進志向の増加、所得の向上がある。	弱み (-)	主要都市の中間層にとっても日本製品はまだ高価 高関税で価格競争力が低下
生産	2019年上半期の国内飲料生産量は60億2700万ℓ(前年同期比40%増)だった。また、国内最大手の清涼飲料メーカー5社の売上高は合計17億USD(同13%増)となっている。	機会 (+)	経済成長とFTAによる恩恵で海外製品へのチャンスが拡大 日本を含む外資による近代的流通のチェーン展開が拡大していることで、輸入品流通チャンスも高まっている
輸入	2019年上半期の清涼飲料水輸入量は2億9,270万ℓ(前年同期比7.67%増)だった。うちフルーツジュースの輸入量は655万ℓ(前年比10%増)、金額にして1,014万USDと推定されている。輸入元の構成比は中国が26%、中国：19%、タイ：12%、ソフトドリンクの輸入額は2億8,634万USD(2億2,632万ℓ)で、関税率と地理的なメリットによりタイからの輸入がソフトドリンク全体の57%を占める。次いで、韓国：17%、マレーシア：12%、カンボジア：2%、インドネシア：2%の順。	脅威 (-)	都市と地方の二極化(収入格差)により地方での輸入品展開が困難 巨大な国内企業による国内市場の独占、豊富な経験や技術を持つタイや韓国の有名企業による積極的なベトナム投資

41

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

JETRO
Japan External Trade Organization

菓子類(米菓含む)

市場は競争が激しい。輸入商品としては、贈答文化に合わせたプレミアム分野の商品ニーズの可能性

消費	近年、ベトナムの菓子の消費量は急激に増加している。2018年の消費額1位はカラムルで13.5億円相当、2位は総額で12.9億円相当が消費された。その他の比率の小さなカテゴリーも、2013～18年の間に成長率7～11%を記録している。ベトナムには贈答文化があり、特に、旧正月(テト)前や女性の日、バレンタインデーなど特別な場面で、高級感ある高品質な輸入菓子やチョコレート需要が高い。また、手ごろな価格帯の菓子類の日常的な喫食も増加しており、中でもグミやミントは小規模ながらも近年急激に成長しているセグメントである。	輸入	米菓を含むベトナムの菓子類は安定した成長を見せており、ベトナムの菓子輸出額は輸入額を上回っている。ただし、チョコレートについてはベトナム国内の大量生産体制が整っていないため、輸入が輸出をはるかに上回っている。チョコレート輸入額のうち、米国、中国、マレーシアの3か国から全体の44%を占める。一方、菓子類全体ではASEAN各国からの輸入が多く、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイの4か国で全体の61.7%を占めている。
消費者	市場は急速に拡大しているが、考慮すべき点は価格および消費者の健康志向やパッケージの好みである。中層価格帯の製品は国内ブランドを中心とするマス市場が存在する。一方、富裕層は添加物、遺伝子組み換え原料などの品質面を注視する傾向がある。また、ベトナム人は見た目を重視するため、高級感あるパッケージで、箱入りや特別・限定パッケージの販売が好評である。若干割高でも豪華な見た目の製品を選ぶ傾向にある。	流通	菓子全体の99.7%が日用消費財小売店より市場に供給されている。内訳は伝統的流通から79%、スーパーやコンビニエンスストアなどの近代的流通から20.6%。今後この差は減少していくと予想される。
トレンド	消費者の健康意識が、菓子類の需要に影響を与えている。メディアを通じて、砂糖が病気や健康状態の悪化、高血圧や肥満を引き起こす原因であることを認知したことで、消費者は健康維持のため砂糖の使用量に配慮するようになってきており、市場に大きな影響を与えることが予測される。また、都市部での広告やプロモーションは、子供向けのものが効果的である。	強み (+)	菓子類市場は堅調に成長 海外ブランドは国内ブランドより優位だと認識されている
生産	この5年間のベトナムの菓子市場は緩やかに成長しており、当面成長を維持するとみられる。国内菓子販売業者、輸入菓子販売業者ともに数が増加している。特に甘い菓子類はローカル企業の製品が消費者に好まれており、地方ごとに異なるローカルメーカーが地盤を固めている。	機会 (+)	日越EPA(JVEPA)、日ASEAN包括的経済連携協定(AJCEP)、及び環太平洋パートナーシップ協定(CPTPP)の合意により貿易障壁が縮小 旧正月(テト)前など贈答文化が必要をけん引 高級輸入品の需要増から日本製菓子もニッチ層への需要拡大チャンスあり
		弱み (-)	ベトナム経済はASEAN各国と密接で、菓子類の輸入状況に顕著に表れている 中国、マレーシア、米国がベトナムへの輸出で比較的優位
		脅威 (-)	国内ブランドが国内市場で地盤を固めている 城内競合メーカーの価格が低下 健康志向により砂糖を使用した製品の需要が減少傾向

42

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

畜産物 (牛肉/豚肉/鶏肉)									
高級肉のニーズが拡大。食肉輸入としては、日本食レストランから近代流通への仕組化へ									
消費	ベトナム人が最も好む豚肉は、食肉消費全体の3分の2を占める。2013～2018年の豚肉消費量は年平均1.8%増で成長、2023年は年3%に加速すると予想されている。豚肉に次いで消費が多いのは鶏・アヒル肉で、食肉消費全体の4分の1を占める。消費量は年7.4%と急増。牛肉の消費量は年10%弱の成長、また、羊肉の消費量が占める割合は僅かだが、消費量は増加している。								
消費者	食肉消費は、外食が家庭内を上回っている。家庭料理では米と野菜が中心だが、外食では、特に韓国BBQや日本の焼き肉店、ステーキハウス、ファストフードなど肉料理を提供する店舗が増加している。								
トレンド	ベトナム人は肉類を常食し、中でも豚肉と鶏肉を使う伝統料理が多い。所得向上と人口増、都市化により、肉の消費量はここ10年で大幅に増加、そのベースは衰えをみせていない。ベトナムはアジアで中国の次に豚肉の消費が多い。								
生産	食肉市場は2023年まで年2.7～4.3%の成長を維持すると見込まれている。2018年の常温保存加工肉市場規模は7,100万EURで、2013～18年の成長率は年2.1%だった。冷蔵加工肉の市場規模は依然として小さいものの、同期の成長率は年5.6%と高い成長を見せている。								
輸入	ベトナムは食肉輸入国である。生鮮肉に限ると、2018年の食肉輸入額は4億EURで、2014年から2倍以上に拡大している。輸入肉全体のうち牛肉が半分、鶏・アヒルが5分の1を占める。輸入元は、米国、インド、オーストラリアの順に輸入量が多い。								
流通	現在86%のベトナム人が市場(ウェットマーケット)で生肉を購入している。スーパーマーケットの増加により、今後は生鮮肉購入場所としてスーパーマーケットを遊ぶベトナム消費者が増えることが予想される。								
<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>強み (+)</th> <th>弱み (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> 肉の消費量が多い 所得向上と人口増が高級肉の消費量増加につながっている </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 日本産食肉価格は高い オーストラリア産と米国産が熾烈な競争を繰り広げている </td> </tr> <tr> <th>機会 (+)</th> <th>脅威 (-)</th> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> 健康志向の高まりにより、高品質で遺伝子組み換えでない肉への需要増加 日本料理店、韓国料理店が人気 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ベトナム政府は地場製品を奨励 EU 諸国産やオーストラリア産が減税され、により、価格競争が増す </td> </tr> </tbody> </table>		強み (+)	弱み (-)	<ul style="list-style-type: none"> 肉の消費量が多い 所得向上と人口増が高級肉の消費量増加につながっている 	<ul style="list-style-type: none"> 日本産食肉価格は高い オーストラリア産と米国産が熾烈な競争を繰り広げている 	機会 (+)	脅威 (-)	<ul style="list-style-type: none"> 健康志向の高まりにより、高品質で遺伝子組み換えでない肉への需要増加 日本料理店、韓国料理店が人気 	<ul style="list-style-type: none"> ベトナム政府は地場製品を奨励 EU 諸国産やオーストラリア産が減税され、により、価格競争が増す
強み (+)	弱み (-)								
<ul style="list-style-type: none"> 肉の消費量が多い 所得向上と人口増が高級肉の消費量増加につながっている 	<ul style="list-style-type: none"> 日本産食肉価格は高い オーストラリア産と米国産が熾烈な競争を繰り広げている 								
機会 (+)	脅威 (-)								
<ul style="list-style-type: none"> 健康志向の高まりにより、高品質で遺伝子組み換えでない肉への需要増加 日本料理店、韓国料理店が人気 	<ul style="list-style-type: none"> ベトナム政府は地場製品を奨励 EU 諸国産やオーストラリア産が減税され、により、価格競争が増す 								

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無転載

43

青果物									
日本産青果物を近代的流通で健康志向からの贈答品へ									
消費	果物の消費量は急増している。最も好まれる果物はバナナ、オレンジ、ミカンである。人口増加に伴い2013～2018年の消費は、○バナナ：年3.9%増、◇柑橘類：年4.7%増と速いペースで増えている。中でもサクランボは年44%も伸びている。リンゴ、レモン、ライムなどの伸びが目立つ。野菜：2013～2018年の野菜の消費量は年2.4%ペースで増加している。中でもトウモロコシの消費量は年6.7%伸びており、近年最も早く成長している。								
消費者	ベトナムでは、バナナやザボン(ボメロ)など一年中全国で手ごろな価格で入手可能である。リンゴ、アボカド、サクランボ等の輸入果物は、特定の消費者に人気がある。果物は贈答品として用いられることから、特に輸入品の需要は旧正月(テト)前に大幅に高まる。野菜は、どの消費層にも欠かせない食材であり、地産野菜が最も好まれる。一般的な野菜として、空心菜、キャベツ、タケノコ、ハヤトワリなどが挙げられる。また、キャベツやレタスはベトナム料理にも頻りに利用されている。ジャガイモはフライドポテトなど洋食での利用が増える消費が伸びている。プロセックも好まれるようになってきている。								
トレンド (果物)	果物の需要は、今後も強い成長が予測できる。サクランボとイチゴは、特に急成長している市場であり、2023年まで年18.7%の成長を維持すると予想されている。ベトナム政府による生産規模拡大支援、海外市場の要求を満たす品質向上支援が輸出に繋がっているが、依然海外からの輸入品への関心も高い。								
トレンド (野菜)	野菜：野菜の品質管理に関する懸念が高まりを受けて、「クリーン野菜」に対する需要が拡大している。しかし、生産コストが高く、消費者にとって価格が最重要事項ではないものの、まだプレミアム製品への支出に対する躊躇がある。また、安全性の高まりがある反面、消費者が信頼できるレベルの品質管理体制を持つ国内生産者は多くない。オーガニック志向、かつ明確な品質とステータスを重視する高所得者が「クリーン野菜」市場を牽引している。								
生産	全国、特に紅河デルタ地方と東部では小規模な野菜や果物が栽培されている。北部ではイチゴ、スイモ、葡萄などはマゴロー、アボカドなどが栽培される。近年輸出用の生産に焦点が当てられており、ジャガイモ、キュウリ、ピーズ、トウモロコシ、パイナップルなどが輸出向けに生産されている。一方で、生産地と消費地が異なる場所の隔たりによりサプライチェーン(農家、卸、小売店等)の連携不足、品質のバラつき、供給量の変動、生鮮品の早期劣化の発生など、国内流通の課題解決が急務となっている。								
輸入	2019年野菜と果物の輸入額は、17億8,000USDで、前年比で2%増加した。輸入元別では、タイが輸入売上高全体の27.4%と最も大きな割合を占めているが、輸入額は4億8,67万USDで、同28.5%減少した。次いで○中国の4億5,60万USD(同6.3%増)、◇米国3億3,40万USD(同44.4%増)、○オーストラリア：1億1,350万USD(同4.8%増)。輸入野菜のうち中国とカンボジアからの野菜が8割を占めている。果物の主要な輸入元はコートジボワールとタイである。								
流通	果物と野菜にとって、小売チャネルは最も大切な流通チャネルである。特に野菜の95%は、流通チャネルの55～75%を占める伝統的市場(ウェットマーケット)と路面小売店を経由する。但し輸入果物の場合は、スーパー/ハイパーマーケットなどの近代的流通を通して市場に参入することになる。								
<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>強み (+)</th> <th>弱み (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> 果物と野菜はベトナムの伝統的食生活にとって重要であり、消費量は今後も増加 消費者の優先事項は「食の安全」。次いで価格 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 果物は参入の余地があるものの、野菜は国内供給量が十分足りている 日本産果物はベトナムにおいて価格面がネックとなり参入できていない </td> </tr> <tr> <th>機会 (+)</th> <th>脅威 (-)</th> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> 輸出志向の高まりで国内供給に隙間が生じている サクランボやアボカドといったニッチなマーケットが急速に成長 国産「クリーン野菜/果物」への関心の高まりは、オーガニック製品にとってチャンス </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> いくつか大規模な国内生産者が消費者の信頼するブランドとして発展 強力な海外競合(タイ、マレーシア、ミャンマー)が輸入果物市場を分け合っている </td> </tr> </tbody> </table>		強み (+)	弱み (-)	<ul style="list-style-type: none"> 果物と野菜はベトナムの伝統的食生活にとって重要であり、消費量は今後も増加 消費者の優先事項は「食の安全」。次いで価格 	<ul style="list-style-type: none"> 果物は参入の余地があるものの、野菜は国内供給量が十分足りている 日本産果物はベトナムにおいて価格面がネックとなり参入できていない 	機会 (+)	脅威 (-)	<ul style="list-style-type: none"> 輸出志向の高まりで国内供給に隙間が生じている サクランボやアボカドといったニッチなマーケットが急速に成長 国産「クリーン野菜/果物」への関心の高まりは、オーガニック製品にとってチャンス 	<ul style="list-style-type: none"> いくつか大規模な国内生産者が消費者の信頼するブランドとして発展 強力な海外競合(タイ、マレーシア、ミャンマー)が輸入果物市場を分け合っている
強み (+)	弱み (-)								
<ul style="list-style-type: none"> 果物と野菜はベトナムの伝統的食生活にとって重要であり、消費量は今後も増加 消費者の優先事項は「食の安全」。次いで価格 	<ul style="list-style-type: none"> 果物は参入の余地があるものの、野菜は国内供給量が十分足りている 日本産果物はベトナムにおいて価格面がネックとなり参入できていない 								
機会 (+)	脅威 (-)								
<ul style="list-style-type: none"> 輸出志向の高まりで国内供給に隙間が生じている サクランボやアボカドといったニッチなマーケットが急速に成長 国産「クリーン野菜/果物」への関心の高まりは、オーガニック製品にとってチャンス 	<ul style="list-style-type: none"> いくつか大規模な国内生産者が消費者の信頼するブランドとして発展 強力な海外競合(タイ、マレーシア、ミャンマー)が輸入果物市場を分け合っている 								

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無転載

44

アルコール(ワイン・韓国焼酎・日本酒)									
※輸入品市場における比較対象としてワイン、韓国焼酎を分析									
日本酒は、日本食レストランで経験から、現地企業とのコラボレーションによる味覚のカスタマイズも									
消費	ベトナム人の多くは安価なビールを好み、ワイン・韓国焼酎・日本酒(清酒)市場はまだ大きくない。しかし、人口の72.8%(7090万人)が18歳以上の飲酒対象者であり、アルコール生産者にとって非常に有望である。ワイン・韓国焼酎・日本酒(清酒)は低所得層にとって高級である。一方、ビールは入手しやすい価格であり、ベトナム料理にも合うと考えられており、ワイン・韓国焼酎・日本酒(清酒)はまだニッチな市場である。								
消費者	アルコール市場の消費者は主に、外国人旅行者、大都市に居住している外国人、中間～高所得層のベトナム人である。								
トレンド - ワイン	ベトナムのワイン市場では、Thang Long Liquor と Les Grands Chais de Franceの2社上位のシェアが全体25%を占めており、その他を小企業が分け合っている。								
- 韓国焼酎	韓国のブサンに本社を構える「チョウンデー」ブランドの韓製ムハクは、2017年に買収したベトナムの高級メーカー、ヒクトリーの工場で視察生産を行っている。しかし、Hite Jinro と Lotte Liquorsは現時点でベトナムに生産拠点を構えていない。								
- 日本酒	フエに本社を構えるHue Foods, LTDは1995年より清酒・焼酎等の製造・販売を行っており、代表的な「越のー」はベトナム国内生産で関税がない分、エンドユーザーに安く提供できることが強みである。								
生産 - ワイン	輸入元別で見ると、輸入額はチリである。2012年にFTAによる関税引き下げられ、2018年には毎月チリ産ワインを輸入するようになり、同年のチリ産ワイン輸入額は730万EURを超えた。								
- 韓国焼酎	韓国焼酎について、韓国税関当局の数字によると、韓国焼酎のベトナム輸出額は、2017年の280万USDから2018年550万USD(前年比41%増)である。東南アジアへの韓国焼酎輸出額は、2015年の760万USDから、2017年1260万USDと62%も増加した。								
- 日本酒	財務省貿易統計によると、2019年日本産酒類のベトナム向け輸出金額の合計は、19億2,700万円で前年同期比5.3%増加した。								
流通 - ワイン	ワインの流通チャネルは、伝統的流通が68%、近代的流通が32%で、近代的流通のうちスーパー/ハイパーマーケットが22.8%を占める。								
- 韓国焼酎	韓国焼酎は、韓国料理レストラン、韓国輸入品専門店やスーパー/ハイパーマーケットなどで購入するのが一般的である。								
- 日本酒	オントレードは、日本料理レストランや寿司店、居酒屋などで利用可能である。オフトレードは、地場スーパー/ハイパーマーケット、コンビニエンスストア、日本商品専門店(AkuruiやHachihachi等)で取り扱いがある。								
<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>強み (+)</th> <th>弱み (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ワイン消費者の増加 輸入品は地場ワインより良質との認識 日本文化・日本料理への関心が高い </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 消費者は米国産とヨーロッパ産を優先候補としている 消費者は清酒とベトナム料理が合うとは思っていない </td> </tr> <tr> <th>機会 (+)</th> <th>脅威 (-)</th> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> 飲酒可能な年齢層が厚い 所得増によりプレミアムワインの購入が可能 清酒ブランドは日本のレストランを通じて消費者にリーチするの効果が </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 従来からの飲酒習慣、安価なビールが競合 韓国焼酎の人気の高まり 米国・ヨーロッパ産ワインのブランドが確立されている </td> </tr> </tbody> </table>		強み (+)	弱み (-)	<ul style="list-style-type: none"> ワイン消費者の増加 輸入品は地場ワインより良質との認識 日本文化・日本料理への関心が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は米国産とヨーロッパ産を優先候補としている 消費者は清酒とベトナム料理が合うとは思っていない 	機会 (+)	脅威 (-)	<ul style="list-style-type: none"> 飲酒可能な年齢層が厚い 所得増によりプレミアムワインの購入が可能 清酒ブランドは日本のレストランを通じて消費者にリーチするの効果が 	<ul style="list-style-type: none"> 従来からの飲酒習慣、安価なビールが競合 韓国焼酎の人気の高まり 米国・ヨーロッパ産ワインのブランドが確立されている
強み (+)	弱み (-)								
<ul style="list-style-type: none"> ワイン消費者の増加 輸入品は地場ワインより良質との認識 日本文化・日本料理への関心が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は米国産とヨーロッパ産を優先候補としている 消費者は清酒とベトナム料理が合うとは思っていない 								
機会 (+)	脅威 (-)								
<ul style="list-style-type: none"> 飲酒可能な年齢層が厚い 所得増によりプレミアムワインの購入が可能 清酒ブランドは日本のレストランを通じて消費者にリーチするの効果が 	<ul style="list-style-type: none"> 従来からの飲酒習慣、安価なビールが競合 韓国焼酎の人気の高まり 米国・ヨーロッパ産ワインのブランドが確立されている 								

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無転載

45

醤油		日本食レストランで醤油文化を訴求し、醤油の使い方を訴求	
消費	魚醤・うまみ調味料・醤油は、ベトナムで一般的に利用されている調味料である。調味料の2013年売上高は合計16.9兆VNDで、うち魚醤・うまみ調味料・醤油が約89%を占めた。2020年の調味料売上高は33.6兆VND(前年比8%増)、消費量は631,200 t(同5%増)だった。	輸入	ベトナム市場で輸入醤油はごく一部にしか流通していない。輸入醤油は、価格も味も消費者のニーズを満たしておらず、ベトナムではあまり消費されていない。輸入醤油は主にホテル、レストランで利用されている。
消費者	2018年に実施されたBusiness Studies & Assistance Center (BSA)の調査によると、醤油購入者の約6割は、健康面でメリットがあり、継続して購入できる製品を探しており、品質保証がついている製品に安心感を覚えている。	流通	醤油等の流通チャネルは、伝統的流通が85.6%を占める。しかし、COVID-19の影響により、多くの消費者がスーパーマーケット(8.3%)やハイパーマーケット(2.9%)での購入に移行した。
トレンド・パッケージ	世帯収入の増加により、高品質製品のプレミアム化、環境にやさしいパッケージの需要が高まっている。(i) メディア報道によるプラスチックの有害な影響、(ii) 細菌や温度変化から効果的に保護するパッケージが消費者の購入意向を左右する。	強み (+)	<ul style="list-style-type: none"> ベトナム消費者は毎日の食事で醤油を使用 日本醤油の独特な香り、味、便利なパッケージ技術はベトナム国内で再現不可能 安全・信頼できる成分から作られた製品が支持される
一自然由来の原料	2020年の新型コロナウイルス流行により健康食品や家庭料理への関心が高まる中、醤油カテゴリーの売上高、消費量は伸びており、今後数年プラス成長が予想されている。	弱み (-)	<ul style="list-style-type: none"> 日本の製品は高価でベトナムの大半を占める低・中間所得層には不向き 日本の醤油はベトナム料理に合わない
一新しい味への需要	2020年の外食から自炊へのシフトに伴い、消費者は調味料の多様化を望むようになり、新しい調味料への関心も高まっている。	機会 (+)	<ul style="list-style-type: none"> 家庭料理への興味関心の高まりで醤油類の売上増 日本料理と日本文化への関心の高まりにより日本のブランドを歓迎 プレミアム志向と高品質製品の需要が高まる
生産	Masanグループは、ベトナムの調味料市場で最大シェアを誇る。次いでCholimex Food。2017年のMasanグループの年次報告書によると、同社の市場シェアは○魚醤：66%、○醤油：67%、○チリソース：71%となっている。2012～2016年の売上高は2億1,500万～2億6,000万USDで推移し、2017年には大幅に減少したが、2018年の調味料売上高は3億USD(前年比33%増)を記録した。	脅威 (-)	<ul style="list-style-type: none"> Masanのような地場企業との厳しい競争にさらされる

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

46

インスタント麺		輸入インスタント麺は、日本での留学経験者/勤労経験者のタッチポイントから将来の現地生産化へ	
消費	世界ラーメン協会(WINA)によると、2019年のベトナムのインスタント麺消費量は54億3,000万食(前年比4.4%増)で、中国、インドネシア、インド、日本に続く世界第5位だった。また、1人当たりの平均消費量は、韓国(年75食)、ネパール(年57食)に次いで、世界第3位(年56食)。	輸入	インスタント麺市場は、国内メーカー、韓国、日本、タイからの輸入品により発展している。
消費者	カンターワールドリポートの2020年6月レポートによると、農村部では平均年56食(前年比5%増)、都市部では年36食(前年比4%増)のインスタント麺を消費している。なお、輸入品については、主に主婦と若年層に人気だ。主婦にとって、価格は商品選択の上で重要な要素だが、品質を優先するため、地場ブランドより輸入ブランドを好む。輸入品は食の安全面でも信頼できると考え、中でもタイ製が好まれている。	流通	インスタント麺の流通チャネルは、昔ながらの食料品雑貨店が全体の84.6%を占め、特に市場(ウエットマーケット)がその半数を占める。スーパー/ハイパーマーケット等の近代的流通は9.9%。伝統的流通の差が縮まっていく傾向にはあるものの、伝統的流通は今後もインスタント麺の主要な流通チャネルであり続けることが予想される。
トレンド・カップ麺	2013年の売上高のうち92%は袋麺が占めていた。しかし、2017年には一人世帯の増加と利便性に対するニーズの高まりにより、カップ麺が多くのベトナムの消費者、特にホーチミンやハノイなどの大都市の若者、ワーカーに受け入れられるようになった。	強み (+)	<ul style="list-style-type: none"> ベトナムのインスタント麺消費量は世界第5位 若年層は輸入品に高い関心
一プレミアム商品	2019年以降、収入の増加に伴うプレミアム化傾向、インスタントカップ麺のバリエーション増、1万VND(0.44USD)以上のプレミアムタイプの輸入製品が登場し、インスタント麺市場が成長している。	弱み (-)	<ul style="list-style-type: none"> 国内市場飽和で国内メーカーは輸出を検討 ベトナム人はタイ製の風味を好む 輸入品の価格は国産品の数倍
生産	国内メーカーの最大の利点は、低コストである。高い生産能力により、低所得者も購入可能な価格設定での販売ができる。また、国内消費市場向けだけでなく、アジア向けの大規模な輸出が可能になった。ベトナムには50以上のインスタント麺メーカーがあるが、Acecook Vietnam, Masan, Asia Foodの3社で市場シェアの70%を占めている。	機会 (+)	<ul style="list-style-type: none"> 若年層は日本文化に大きな関心 VJEPA, AJCEP, CPTPP の合意が貿易を促進
		脅威 (-)	<ul style="list-style-type: none"> 新規参入者にとって多様化する製品トレンドなど市場理解が困難 健康への関心の高まりが今後の大きなバリア

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

47

うどん/そば/そうめん(卵を含まない麺)		うどん/そば/そうめんは、まずは日本食レストランでの経験	
消費	日本食の認知が高まると共に、うどんやそば、そうめんの消費も増えているが、ベトナム人が家庭で種類を食べる場合には、便利で簡単なインスタント麺が好まれる。日本製種類の輸入業者によると、家庭用うどん、そば、そうめんを購入するベトナム人はごく少数にとどまる。これらの種類は、家庭よりも外食が適しており、ビジネスなど社会的な関係を広げるのに使われる日本食レストランで食べるのが一般的である。	輸入	ハノイやホーチミンで日本食レストランが急増
生産・輸入	現在、これらの麺はごく少量の生麺を除き現地生産されており、ほとんどは日本から輸入されている。また、ベトナムへ進出を果たしている手延べうどん「水山」や丸亀製麺などのうどん専門店が店内で製麺している。	流通	日本料理に対して好意的
流通	日本の麺(卵を含まない麺)の販売は、オフトレード(店頭)よりオントレード(レストラン等)のほうが大きな割合を占めている。元々外食が多く、日本料理の調理に馴染みがないベトナム人にとっては外食のほうが手軽である。2020年12月現在、オントレードとして、丸亀製麺はホーチミンに7店舗展開、手延べうどん「水山」は同3店舗、高級和食店として人気の高いKUBARA(久保)、旗幟うどん「たも屋」等、多様な客層向けの店舗の出店が相次いでいる。オフトレードは、スーパー/ハイパーマーケット、日本商品専門店(Akuruhi Supermarket)*Hachihachi、スーパー富分、ケインシヨク業務スーパー等)で購入可能である。	強み (+)	<ul style="list-style-type: none"> ハノイやホーチミンで日本食レストランが急増 日本料理に対して好意的
		弱み (-)	<ul style="list-style-type: none"> インスタント麺の競合会社が多数存在 日本製品の価格が高く、ベトナムの低・中間所得層には不向き
		機会 (+)	<ul style="list-style-type: none"> 若年層は日本文化に強い興味関心を持っている 健康に関心のある消費者をターゲット
		脅威 (-)	<ul style="list-style-type: none"> 新規参入者にとって、製品の多様化が進む市場を理解するのが困難 日本の種類輸出業者にとって関税が大きな障壁

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

48

緑茶		贈答品としての贈り物で近代流通へ	
消費	2020年の緑茶消費量は23,248トン(前年比14%増)、売上高は85億6,900万VND(前年比19%増)に達した。しかし、外食サービスにおける販売量は4,795tで、前年比17%減少している。これは、新型コロナウイルス感染症流行により、全国的な社会隔離政策が実施され、公共機関や食品サービス店の営業停止、30人以上の集会の制限などが実施され、緑茶のオンライン消費が激減したためである。2025年には、緑茶消費量は31,217t(年平均成長率6%)、売上高は134億5,800万VND(年平均成長率9%)に達すると見込まれている。	輸入	緑茶市場では、地場ブランドのほか、英国、米国、中国、スリランカ、インドからの輸入品が流通している。特に中国茶は、ベトナム文化や緑茶の飲み方に適しており、ベトナム人に好まれている。一方、スリランカ、インド、英国、米国などの緑茶は目を引くパッケージが採用されており、旧正月(テト)の贈り物の一品としてよく利用されている。また、抹茶を使ったチョコレートなどの菓子類も人気が高い。
消費者	緑茶はベトナム人に好まれており、特に北部では緑茶文化が根付いている。また、四季がある北部では暖かい緑茶や紅茶を飲む習慣があるが、連年暑い気候の南部ではアイスティーが好まれる。	流通	ベトナム産緑茶は、80.1%が伝統的流通を通じて流通しており、中でも小規模な食品品雑貨店が最も大きな割合(38%)を占める。また、スーパー/ハイパーマーケットの取り扱い額は11.2%を占める。緑茶のプレミアム化が進めば、近代的流通での購入が増えることが予想される。また、新型コロナウイルス感染症流行による市場の変化に対応するために、Tiki, Lazada等の大手eコマースサイトへの流通ネットワークも拡大してきている。2020年の小売売上高に占めるeコマースの割合は4.7%となっており、引き続き拡大することが見込まれる。
トレンド	緑茶は、一般的に免疫システムを高めるなど健康に良い飲料であると認知されており、コロナ禍でも茶葉の消費量は成長を維持した。消費者は利便性が良く、一人でも手軽に利用できるティーバッグタイプが好まれており、主要ブランドの多くがティーバッグタイプの商品へと移行している。		
生産	ベトナム市場の茶製品は、緑茶、紅茶、フレーバーティー、紅茶が主である。2020年のデータによると、国内34省で茶栽培が行われているが、中でも中部高原地方ダクエング省や東北部ハズン省、フート省が有名な産地である。		
		強み (+)	弱み (-)
		<ul style="list-style-type: none"> 日本の緑茶、特に抹茶製品はベトナム人に人気 ホーチミンやハノイでは日本レストランの新規出店相次ぐ 	<ul style="list-style-type: none"> 日本製は高価で、低・中所得者のベトナム人に不向き ベトナム人は中国茶の味を好む
		機会 (+)	脅威 (-)
		<ul style="list-style-type: none"> 若年層の日本文化への関心が強い 消費者の健康志向がカギ 所得増がプレミアム製品の需要 	<ul style="list-style-type: none"> 日本製品の輸入にあたり関税が障壁

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

水産物/水産調製品		日本食レストラン/近代流通の試食にて、新たな水産物での経験	
消費	ベトナムの水産物消費量は急激に増加している。2017年の一人当たり平均消費量は年31kgだったが、2020年には33~35kgへと増加した。その理由として、国内外の観光客向け食品サービスを提供するレストランやホテルが急速に増加していることが挙げられる。また、平均所得額の向上による消費拡大が輸入増加につながっている。	輸入	ベトナムにおける水産物消費量のうち、海外からの輸入水産物の消費量の割合は、2009年の18.1%から2019年には68.8%と大幅に増加している。現在、ベトナムはインド、東南アジア各国、ノルウェー、韓国、中国、日本など約40か国から水産物を輸入している。2019年の国別輸入額1位はインドで、全体の11.3%を占める。次いで東南アジア各国からの輸入が10.9%となっている。輸入額の伸びを見ると、日本からの水産物輸入が前年比23.5%増、ノルウェーが同22%増、米国が同63.5%増だった。2020年上半期は、日本からの水産物輸入額が8,270万USDに達し、前年同期比で26.7%増加している。
消費者	ベトナムの水産物は、主に中高所得層に消費されている。ベトナムの一人当たりの所得は、2020年1,888USDから2024年には2,704USDへと増加する見込みだ。この傾向が続けば、消費者の水産物の購入価格帯がさらに上昇し、タコ、イカやカニの需要が増加。プレミアム水産物の需要の高まりによって、冷凍製品から新鮮な製品や冷蔵製品への需要のシフトにつながることも予想される。	流通	小売業者を通じた水産物の流通チャネルは、レストラン、スーパー/ハイパーマーケットのみならず、市場(ウェットマーケット)等伝統的流通でも輸入水産物の購入が可能である。
トレンド -プレミアム水産物	世界貿易の変化により、高級品とされるロブスターやカニなどの甲殻類がベトナムでは広く入手可能となり、手頃な価格になった。2015年のロブスター消費量は週平均で600~800kgであったが、現在は週平均4~5tにまで増加している。主に消費されているのはホーチミンとハノイの高級レストランや小売店。国内の水産物漁獲量が減少している一方、希少かつコウニクで高価な輸入魚介類の国内需要は増加している。		
一冷凍・冷蔵水産物	水産物の需要が高まるにつれて、冷蔵・冷凍水産物がますます身近に好まれるようになることが予想される。現在、冷凍トラックなどによる輸送技術の発達、店内の冷蔵・冷凍庫の普及により、多くの消費者が簡単に購入できるようになった。		
生産	2018年時点で、ベトナムには輸出専門の大規模水産加工工場が約600か所、小規模および中規模の水産加工工場が約4,000か所存在する。これら工場では約4万の労働者を雇用しており、年間54万t、金額にして20兆VND(8億5,488万USD)以上の水産物を加工している。		
		強み (+)	弱み (-)
		<ul style="list-style-type: none"> 水産物消費量が多い 所得向上・人口増により、高級水産物の消費増加 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の水産物は現地の所得レベルと比べて高価 インドや東南アジアからの水産物がすでに流通し地位を確立している
		機会 (+)	脅威 (-)
		<ul style="list-style-type: none"> 高品質、遺伝子組み換えでない水産物が消費者に好まれており、日本産が有利 日本・韓国レストランや海鮮鍋を取り扱うフードコートが増えている 	<ul style="list-style-type: none"> EU諸国やオーストラリアとのFTAにより価格が低下し、価格競争が激化している

Copyright (C) 2021 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

ベトナム人日本語作文コンテスト in VIETNAM

友好団体でありますベトナム日本友好協会と幣協会は昨年同時に設立55年を迎え、共同事業として昨年「ベトナム人日本語作文コンテスト in Vietnam」の開催の準備をしましたが、新型コロナの影響から、やむなく中止となりましたが、今年は新型コロナの改善を見込んで、テーマを「私は日本へ留学したい」として募集を行いました。

その結果、20近くの大学（日本語学部）、働きながら日本語を学ぶ若者から73部の応募があり、いずれも日本留学への強い気持ちを作文にして応募頂きました。選考は一時選考を現地実行委員会、最終選考は松下博幸先生にお願いしました。

表彰にあたっては、入賞（企業・団体賞）に、ハリウッド美容専門学校様、ハリウッド大学院大学様、松山学園様、国際教育協会様、(株)アスク様、KDジャパン(株)様のご協賛を頂きました。この場をお借りして御礼申し上げます。

表彰式は現地で開催すべく準備をしていますが、オミクロンの感染者拡大から、収束を待ってオンライン開催で行いたいと思っています。

最優秀賞2点を次ページから掲載しました。ぜひお読みください。

成 績 発 表		
表彰名	氏 名	所 属
最優秀賞	DANG THI NINH HOA	ハノイ大学
最優秀賞	PHAM THI KIM CHI	南学日本語学校
入賞（企業・団体賞）		
ハリウッド大学院大学賞	NGUYEN THI HIEN ANH	フエ大学
ハリウッド大学院大学賞	NGUYEN THI YEN	ハノイ法科大学
ハリウッド美容専門学校賞	NGUYEN THI THANH HUYEN	ホーチミン師範大学
ハリウッド美容専門学校賞	NGUYEN BAO NHU	ホーチミン人文社会科学大学
ハリウッド美容専門学校賞	BUI ANH THU	FPT大学
松山学園賞	DANG BAO THAO	ホーチミン人文社会科学大学
松山学園賞	VU THI KIM OANH	FPT大学
松山学園賞	HA VUONG THAO	越日工業大学（ホーチミン工業大学）
国際教育協会賞	DUONG VINH HIEU	
国際教育協会賞	NGUYEN THI NGA	ハノイ貿易大学
国際教育協会賞	TRAN BICH PHUONG	ラクホン大学
アスク賞	DUONG THI HONG	ハノイ国家大学外国語大学
アスク賞	NGUYEN TAN DAT	ホーチミン人文社会科学大学
アスク賞	TRAN THAO MY	ホーチミン法科大学
KDジャパン賞	LE THI THUY TIEN	会社員
KDジャパン賞	TRAN THI THU HANG	
KDジャパン賞	PHAM THI HONG NHUNG	ハノイ法科大学卒業
ベトナム協会賞	HUYNH THI THU THUY	フエ外国語大学
ベトナム協会賞	NGUYEN HUY HOANG	ホーチミン人文社会科学大学
ベトナム協会賞	MAI THI PHUONG	ハノイ法科大学

最優秀賞 「さようなら」じゃなくて、またね！

ハノイ大学日本語学部
ダン・ティ・ミン・ホア

子供の頃から日本の漫画や小説に強い関心がありました。日本に興味を持ったきっかけは、小学校の先生が読み聞かせてくれた「禎子の折り鶴」の話です。

広島に原爆が投下された1945年に2歳で被爆し、12歳の時に白血病を発症して亡くなった佐々木禎子さんは闘病生活中に、病気の回復の願いを込めて1,000羽以上の鶴を折りました。禎子さんの話に、今まで心を動かされました。その授業で、私は「日本はどんな国ですか」、「ベトナムから遠いですか」といった質問で日本のことについて先生に色々聞きました。先生は優しい笑顔で私に微笑みながら、日本の地理や特色な文化について色々紹介してくれました。「一生懸命勉強すれば、ホアちゃんは先生も分からないことまで自身で調べることができますよ」と先生に言われました。

賑やかなハノイ市と違って、故郷のゲアン県には、今まで日系企業がほとんどありません。また、日本人だけではなく、中国やアメリカ等の国から来た外国人観光客の姿も少ないので、子どもの頃には日本人のことか日本の文化に直接的に触れあったことがありませんでした。でも、好奇心が旺盛である私はベトナム語に訳された日本の漫画や小説に夢中になって、その本を通じて、少しずつ日本のことを分かってきました。

16歳の頃、独立運動の英雄にちなんだファン・ボイ・チャウ高校に入学しました。この高校時代で、初めて日本人との触れ合いがありました。私の高校の姉妹校である岐阜県立関高等学校との交流会に参加したことで、日本人の優しさを実感しました。また、この交流会で、ファン・ボイ・チャウ氏と浅羽左喜太郎氏の友情を初めて聞き、感動を禁じ得ませんでした。何となく日越の架け橋として活躍したいという気持ちが強くなり、日本で留学への憧れを持っていました。そのきっかけで、ハノイ大学で日本語の勉強をすることに決めました。

大学に入学してから、色々な日越行事に積極的に参加できるようになり、日本語の美しさと楽しさを感じられました。でも、貧乏家庭で生まれた私は、大学の学費に困っていた時期もあります。アルバイトと日本語の勉強を両立することや、留学の夢を叶えるかどうかということにいつも悩んだり、日本語をもう諦めようかなと思ったりしていました。その時期で、とてもついでる私は、熱心な日本人の友達や先生が傍にいました。彼らは、日本語の勉強を手伝ってしたり、私の夢を素直に応援したりしてくれました。

「ホアさんは夢を叶えると信じている。いつか日本で会えるはずだ。さようならじゃなくて、またね！」

ハノイ大学の日越交流会で出会った吹雪さんは、帰国前に、涙ながらに私にそう言ってくれました。大学時代でさまざまな日本人との出会いと別れを繰り返している私は帰国する日本人に「さようなら」といつも言っていました。でも、吹雪さんの言葉で、私は彼女のような優しい日本人に出会えて、話してくれて良かったと思いながら、夢を実現する自信は手に入れると実感しました。

長い時間に日本語の勉強に精力的に取り組んだ三年生の私は、ベトナム語教師やツアーガイドなどの日本語を活用する仕事を体験してみました。その仕事を通じて、日本人と触れ合う機会がますます増えてきました。2019年に、日本の大手企業パナソニックの奨学金を得たおかげで、二週間で日本で見学し

ました。短い時間でしたが、日本との思い出がたくさん残っています。ハノイのように賑やかだと思われた東京の街は意外ととても静かでした。また、静かな古都である京都は観光シーズンを迎えた時、どんなところでも人で賑わっていました。私は面白いと感じながら、驚きを禁じ得ませんでした。また、日本の見学期間では、吹雪さんにも再会しました。嬉しくて、わくわくしました。「一部の夢を叶えましたね。おめでとう！もっと頑張って、また日本で会おう！」と吹雪さんに言われました。そして、私がベトナムに帰った日に、吹雪さんは空港まで見送ってくれました。私たちは手を振って別れを告げた時、声を出して、泣き出しました。「またね！」という言葉を何度も繰り返していました。ベトナムから日本へ帰国した日の吹雪さんの気持ちをやっと分かってきました。その時、吹雪さんや日本人の「おもてなし」、秋空を赤く染めている紅葉など、日本のことに本当に「さようなら」なんて言いたくなかったです。

吹雪さんの言葉は私の大きなモチベーションとなりました。夢を実現できるように、毎日全力で勉強に取り組んでいます。そして、四年生の私は奨学金を得て、日本へ留学の機会も捉えました。でも、コロナ禍で、留学に行けなくなってしまいました。こんな状況ににあっても、私はがっかりしたり、落ち込んだりすることがありません。「石の上にも三年」という日本語の諺があるのです。そのため、先の道は狭くても、困難なであっても、日本へ留学の夢に近づくために、諦めずに前に向かって頑張りたいと思っています。

※作文は原文のまま載せています。

最優秀賞 日本への留学を希望する理由

南学日本語学校
ファム・ティ・キム・チー

私は日本へ留学したい!

私の名前は、Kim Chiと書きます。「金枝玉葉」にある金枝という意味で「キムチー」と読みます。富裕な家庭ではなくとも、「将来の生活が裕福になるように」という両親の願いが込められています。学校に通っている時は、両親を助けて生活を改善するために、早く仕事に就きたいと思っていました。しかし、就職したら今度は逆に勉強を続けたい、できれば日本へ留学したいと思うようになりました。

日本とベトナムの違い

私の目から見ると、他の先進国と日本との大きな違いは「持続可能な発展」です。世界第二位まで上り詰めるような経済的発展を遂げ、科学技術が飛躍的に進歩している国ですが、一方で、自然の本来の美しさを保全しながら長年の伝統的な文化的価値が数世紀にもわたって傳承されています。人間の目標に適うと同時に、自然システム、生態系の活力を維持することが大切にされています。

初めて列車に乗って故郷に帰ったある日、海や山を通り過ぎると周りの景色はとても綺麗でしたが、住宅街に差し掛かると無数のゴミが見えてきました。その時、隣の先輩に「ベトナムの問題はゴミだね!」と言ったら、「問題はゴミではなく、社会全体の意識と考え方かな」と笑顔で答えてくれました。それがまさにそれです。

ベトナムの中部に位置する沿海地域 - Quang Ngaiは私の出身地です。毎年、数十の嵐がこの地方に上陸し、洪水が来るたびに、ゴミがあちこちに浮かびます。台風による大水害に続いて、水が引いた後には、様々なゴミを片付けなくてはなりません。それとは対比的に、日本では、水が氾濫しても街路は清潔で、例えば、浜松市にある地下鉄の駅に溜まった水がプールのように澄んでいる映像を見ました。私も日本に行き、専門知識や現代技術を学ぶだけでなく、日本人の環境保全意識、規律あるライフスタイル、高い公共性を身に付けたいと思います。わが国が発展することを願っていますが、経済発展と環境保全のバランスが大切です。

自分から主導的・積極的に仕事を獲得するため

Le Tham Duong博士によると、誰もがただのカエルであることを知っておく必要があり、唯一の違いは井戸です。それなら、私は自分の井戸は自ら選ぶカエルになりたいです。他の人が選んでくれるのを待つ受動的な立場に立つより、決定者になるためにいっそのこと自分を変えてみたらいいのではないのでしょうか。

日本語を勉強したら、就職の選択肢が多くなります。しかし、様々な井戸の中から「喜んで仕事ができる」井戸を見つけるには、現在の私より能力を高める必要があります。時間に流されず、自分が好きなことを仕事にできれば、他人に働かされる人生にはならないだろう、と自分に言い聞かせます。日本語を上達させ、日本の生活文化やビジネス文化についてもっと学び、知識を蓄積する必要があります。自分の苦手なところを改善し、補うために「日本に行きたい!」と強く思っています。

技人国で成功するため

日本語を学んでからというもの、私の人生は、別の扉が開かれ、新しい文化に触れ、日本人の友達もできるようになりました。私をとりまく世界は、「日出ずる国」についての物語、行事、情報を中心に展開し始めました。しかし、現在日本について知っていることは、雑誌や書物を読んだり、他の人の話を聞いたりしたことに限られています。日本語を勉強したことがある人なら、少なくとも一度はそこに行つて、読んだり聞いたりしたことを体験して裏付けたいと思うことでしょう。私もそのようにして、自分の弱点を改善し、新しい環境に挑戦したいと思っています。加えて、日本の平均所得は他の市場よりも高いので、経済的なメリットも大きいと考えています。

しかし、留学生、実習生、特定技能、技人国（高度人材）のビザなど日本の在留資格の形態を調べるうちに、経済学の学位で技人国のビザを取るのには難しいことが分かりました。また、このような人の中には、まず日本に留学して卒業後に日本企業に就職して、技人国のビザを取得するケースが多いことも分かりました。日本語を勉強し、日本で勤めるという夢を叶えることは決して簡単なことではありません。「諦めるのは易しいが、一方続けるのは難しい」という言葉もありますが、私は目標を達成できるまでしっかり頑張り続けます。

潜在能力を解き放ち、行動を起こす

ある人が、「長い人生の中では、青春に面白いことを発見し、若々しい情熱を持って、考えて行動するのであれば、失敗したとしても大丈夫だよ...」とアドバイスしてくれました。しかし、私が成長している間も、両親はどんどん年を取ります。時間は誰も待ってくれない、両親は私の成功を永遠には期待し続けられない、また私にとってもいつまでも可能性のままでは十分な人生とは言えません。私の成功速度を両親の老化速度より速めるためには、現在の安定した状態を突き破り、潜在能力を発揮するための突破口が必要です。日本語は私の人生の一部になり、夢や目標もこの言語につながっています。日本へ留学することで、私は自分の走るべき道を、ロングストライドで走って行けると信じています。子供の頃、学校に通うことが義務だったとしたら、今は勉強することで自分を完成させることが自分の責任です。

まとめ

考えるだけでなく、行動こそ人生を決定するものです。良い計画は、行動によって実践される場合にのみ役立ちます。行われない場合は単なる幻想に過ぎません。人生の中でとても重要な局面ですので、慎重に考えて将来の計画を立てます。何をしたいのか、何をすべきなのか、何をしなければならないのかを早めに確定できることを祈っています。

※作文は原文のまま載せています。

公益社団法人ベトナム協会 調査研究事業

＜コロナ禍＞ベトナム人留学生の生活実態調査 (2021.6.23~7.25)

公益社団法人ベトナム協会は、在日ベトナム学生青年協会と共同で「ベトナム人留学生の生活実態調査」を無記名のアンケート形式で行いました。

コロナ禍でベトナム人留学生は、アルバイト先が無くなり、学資金や家賃の支払いに困窮している留学生が増加していることは承知していましたが、今回はじめてその実態がデータとしてわかりましたのでご報告致します。

また、後半には留学生の切実な声がたくさん上がっています。是非お読みください。

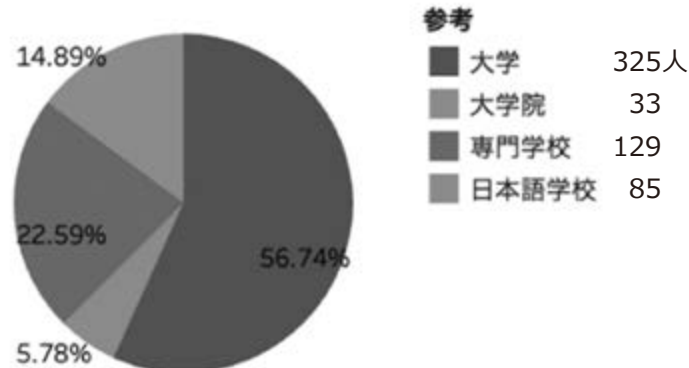
調査期間：2021年6月23日～7月25日

回答数：572名 方法：Google foam

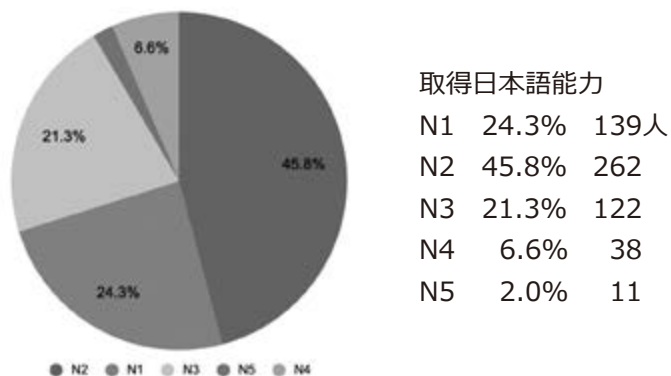
(大学生325名 大学院生33名 専門学校生129名 日本語学校生85名)

主催：公益社団法人ベトナム協会・在日ベトナム学生青年協会

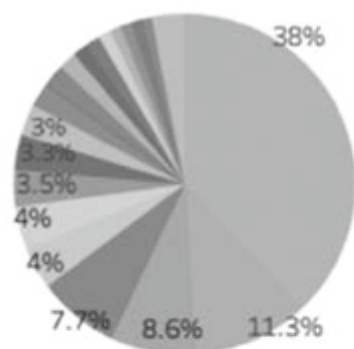
1. あなたが学んでいる教育機関は次のうちどれですか



2. あなたの日本語能力を教えてください



3. あなたのお住いの都県をお答えください

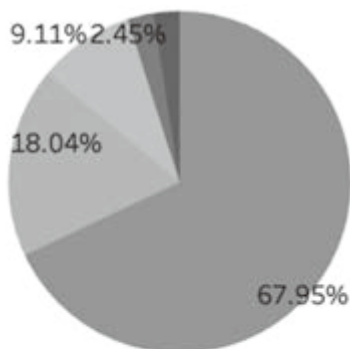


- お住いの都県
- Tokyo
 - Saitama
 - Chiba
 - Osaka
 - Fukuoka
 - Kyoto
 - Kanagawa
 - Aichi
 - Ibaraki
 - Hyogo
 - Shizuoka
 - Oita
 - Gunma
 - Tochigi
 - Nagano
 - Hokkaido
 - Miyagi
 - Okayama
 - Niigata
 - Others

全国から回答を頂きました。(お住いの都県)

東京都 38% 埼玉県 11.3% 千葉県 8.6%
 大阪府 7.7% 福岡県 4% 京都府 4%
 神奈川県 3.5% 愛知県 3.3% 茨城県 3%

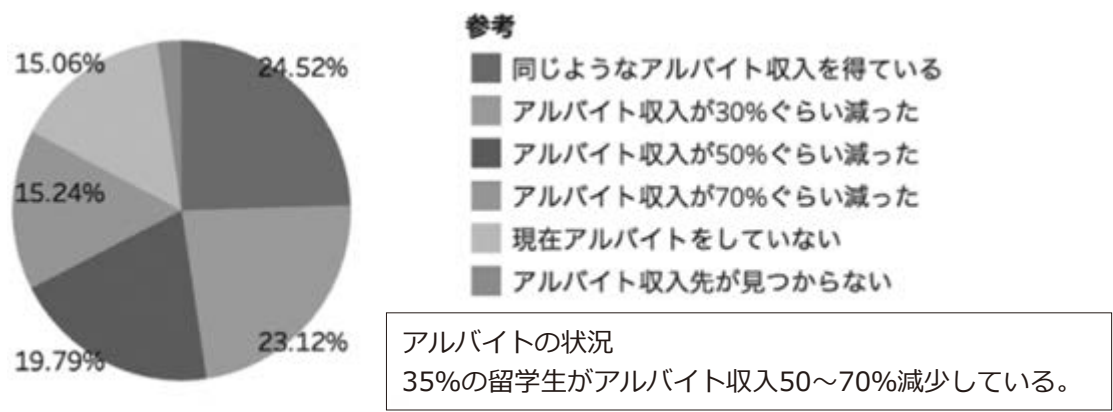
4. あなたの現在のお住まいについて教えてください



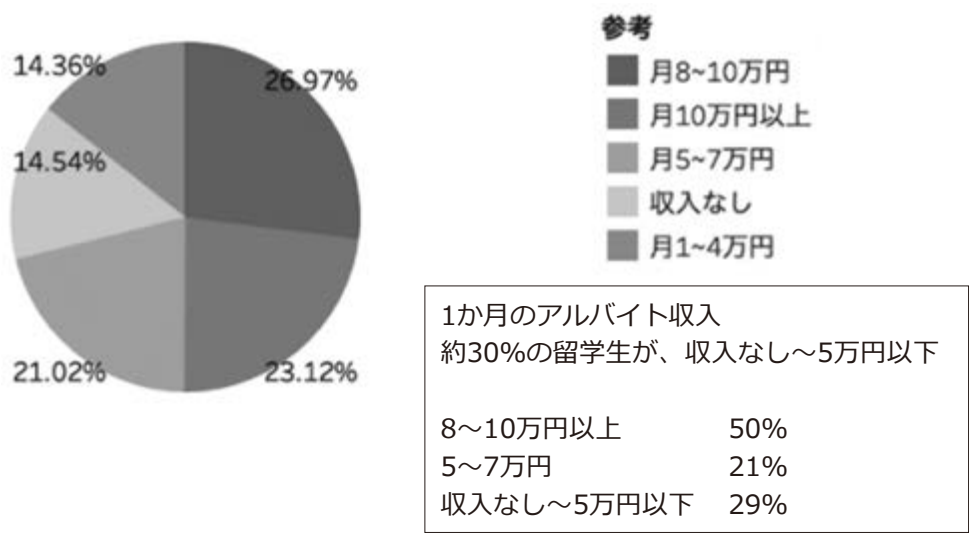
- 参考
- アパート
 - 学生寮
 - シェアハウス (Sharehou..)
 - マンション
 - Others

アパート	389人
学生寮	103
シェアハウス	52
マンション	14
その他	14

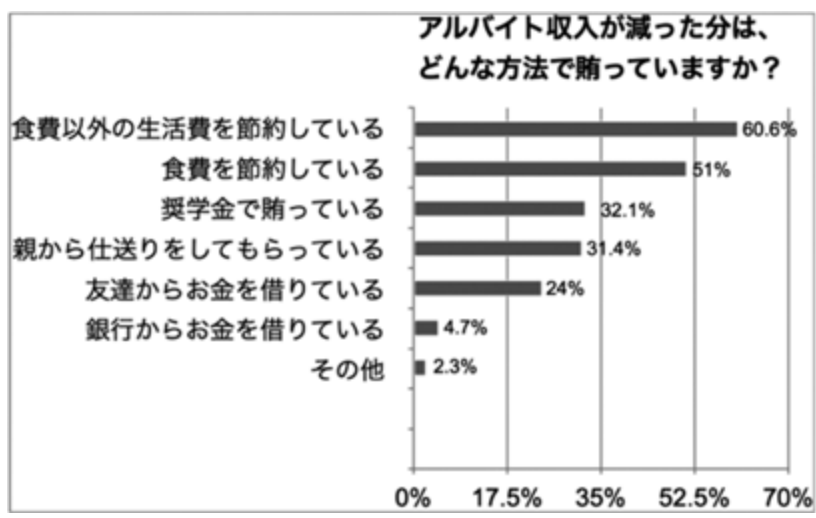
5. 現在のアルバイトの状況について教えてください（比較はコロナ以前とです）



6. 現在のアルバイト収入は月にいくらぐらいですか

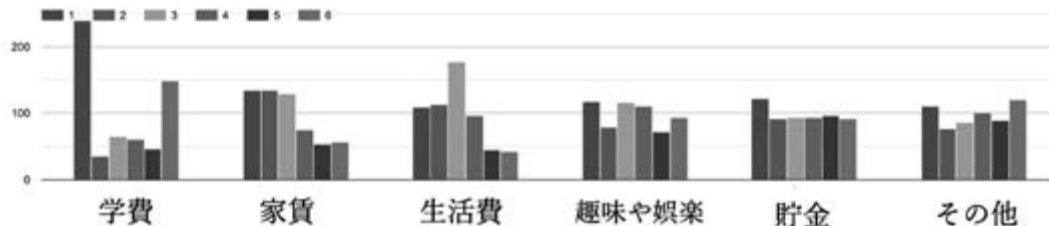


7. アルバイト収入が減った分は、どんな方法で賅っていますか（複数回答可）



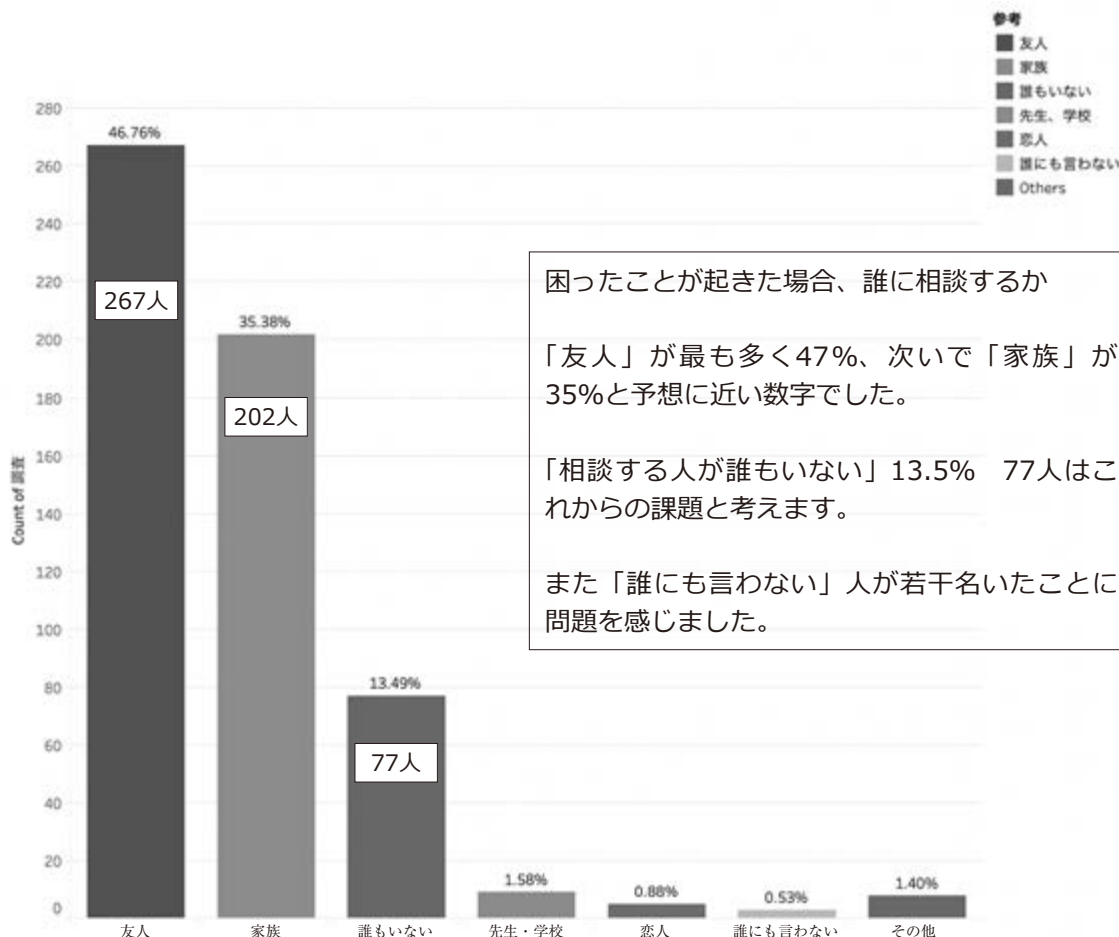
アルバイトの減収対策 食費の節約51%、友達からお金を借りてる24%

8. アルバイト収入の使い道について、割合の多い順に順位をつけてください
(1は一番多い、6は一番少ない) (複数回答可)



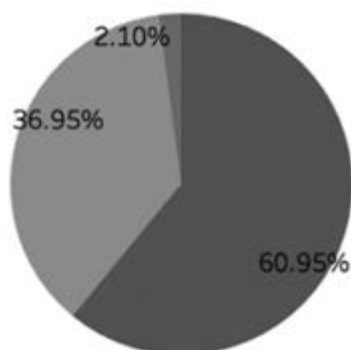
アルバイト収入の使い道
青(1)の回答は、学費240人と多いですが、全体的に家賃、趣味、貯金とバランスの良い使い方をしています。(見方：色の回答を横に見てください。例：赤(2)の回答は学費が少なく家賃、生活費が多い)

9. あなたは、困ったことが起きた場合は、誰に相談しますか



困ったことが起きた場合、誰に相談するか
「友人」が最も多く47%、次いで「家族」が35%と予想に近い数字でした。
「相談する人が誰もいない」13.5% 77人はこれからの課題と考えます。
また「誰にも言わない」人が若干名いたことに問題を感じました。

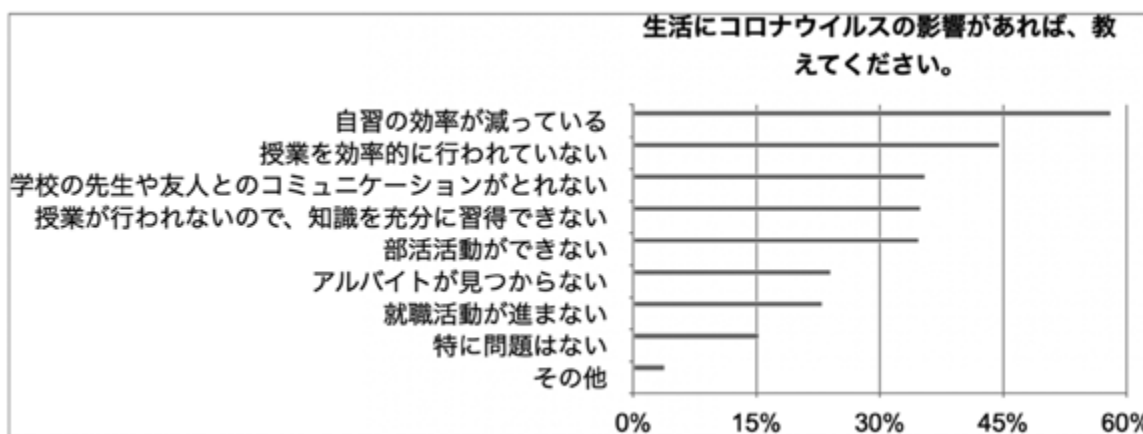
10. 奨学金について教えてください



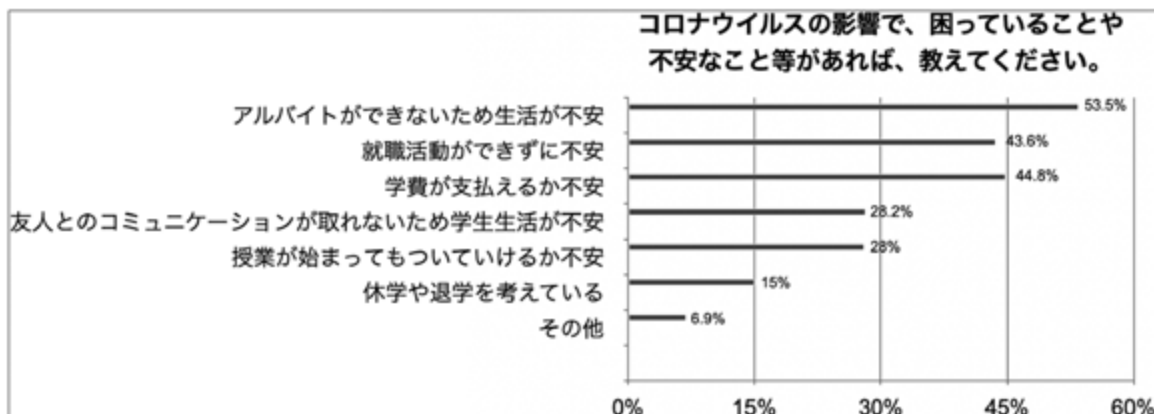
参考

- 奨学金をもらっていない
- 奨学金をもらっている
- 奨学金を借りている

11. 学生生活でコロナウイルスの影響について教えてください（複数回答可）



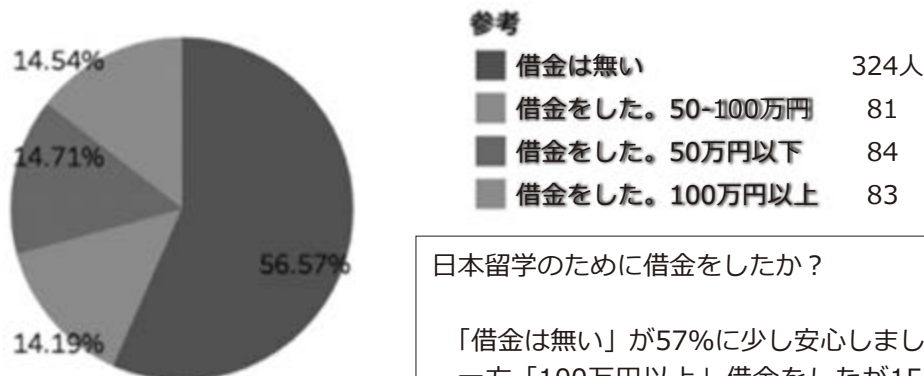
12. コロナウイルスの影響で困っていること、不安に感じていることなどを教えてください
(複数回答可)



コロナ禍不安に感じていること

アルバイトができず生活不安54% 就職活動44% 学費が払えるか45%

13. 日本に留学するために、借金をしましたか。また、借金をした場合はいくらですか



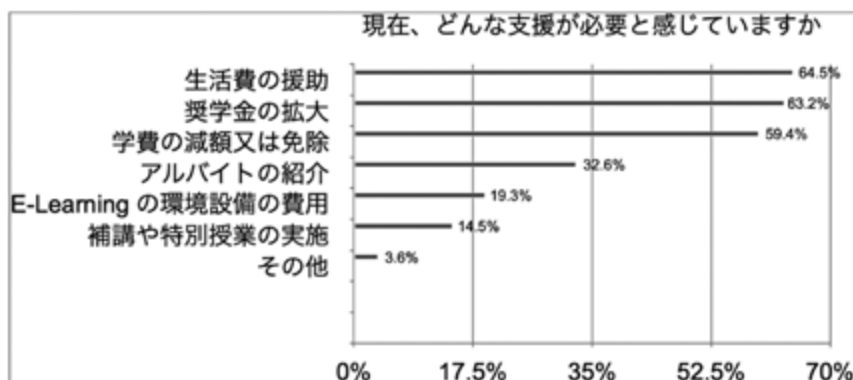
参考

借金は無い	324人
借金をした。50-100万円	81
借金をした。50万円以下	84
借金をした。100万円以上	83

日本留学のために借金をしたか？

「借金は無い」が57%に少し安心しましたが、一方「100万円以上」借金をしたが15%近くいることには、何の費用を借入したのか気になります。

14. 現在、必要と感じている支援を教えてください (複数回答可)



今、必要な支援は？

生活費の援助	65%
奨学金の拡大	63%
学費の減免免除	59%
アルバイトの紹介	33%

コロナ禍 日本とベトナムのオンライン交流 指導員募集中
VJCT ボランティア日本語会話トレーニング

Volunteer Japanese Communication Training

主催 公益社団法人ベトナム協会 後援 駐日ベトナム大使館

協力 ハノイ大学／日本語日本文化コラボレーションセンター

2021年9月1日～

コロナ禍、ベトナムとの往来も途絶え、両国とのイベントは中止となり、幣協会はコロナ禍での交流事業を何かできないかと考えていましたが、そんな折、ベトナム大使館の教育担当フォン書記官とリモート会議を行いました。そこで、日頃考えていたVJCTの話をしめすと、すぐにご賛同頂き、ハノイ大学・日本語日本文化コラボレーションセンター長のフォン先生のご協力が得られることになり実施することができました。現地で日本語を学ぶ学生さんも、日本人との交流が減っている中で、VJCTは大変喜んで頂いています。週1回、30分程度、1クール2か月で1年間に120～140人位のリモート交流を目指しています。

- 条件：週1回（定期的）曜日・時間の変更可30分程度。
学生とテーマを決めて日本語で会話を行う。
日本語教育の経験・ベトナムの知識などは問わず。
リモート（zoomなど）会話が可能なる人。
リモートホストができる人。
ボランティア参加が可能なる人。



ベトナム人学生から送られたお礼状

日本人日本語会話指導者

敬称略

第1クール（9月1日～10月31日）学生18名

- 前馬 真志（国立教育政策研究所）
野村 侑平（東京大学大学院生総合文化研究科）
松下 博幸（松山学園日本語教師）
小久保拓也（外国人材共生支援全国協会）
宮路 幸人（税理士）
小川 弘行（ベトナム協会常務理事）
高田 昇一（国土交通省関東地方整備局）
富永 茂（袋井商工会議所経営指導員）
佐藤 健二（開発コンサルタント）

第2クール（11月1日～12月31日）学生24名

- 前馬 真志（国立教育政策研究所）
野村 侑平（東京大学大学院生総合文化研究科）
松下 博幸（松山学園日本語教師）
小久保拓也（外国人材共生支援全国協会）
小川 弘行（ベトナム協会常務理事）
高田 昇一（国土交通省関東地方整備局）
富永 茂（袋井商工会議所経営指導員）
齋藤 博（FUJI教育基金運営委員長）
折本早木子（神戸親和女子大学日本語教師）
村田みのり（日本ベトナム友好協会茨城県連合会事務局長）
工藤 尚美（㈱オリジネーター取締役専務執行役員）
鈴木 まこ（Bridal・HAPPY Fairy 青山代表）

第3クール（1月～3月）はスタートし、その後も行います。
ご希望の方は（可能な曜日・時間など）を下記までご連絡ください。ベトナム協会 小川 ogawa1305@yahoo.co.jp

ボランティア 日本語会話の指導員を随時募集しています
コロナ禍 ベトナム（現地）で日本語を学ぶ学生との
VJCT <リモート>日本語コミュニケーション トレーニング
 Volunteer Japanese Communication Training

目的（コロナ禍 安心して日本留学ができるように）

ベトナムでは日本語を勉強している学生は多いですが、コロナで日越交流イベントは殆ど中止となり、日本人との会話の機会が減っています。
 また、日本語検定 N1 取得者でも、来日後アルバイト等の現場では、日本語が聞き取れないと言った話も耳にします。
 それは、勉強した日本語と日本での会話の違いや、ベトナム人日本語教師からの指導で、微妙なイントネーションの違いなどから起こるものです。そこで、事前に日本人とのコミュニケーションに慣れておくことで、来日後の不安解消や日本の社会ルールなどを、直接日本人から指導を受けることで安心して日本留学が可能になります。



指導者条件（週 1 回 30 分程度 日本の生活・環境・文化・ベトナムの大学・観光等）

- ・ 毎週 定期的に 30 分程度 日本語で<リモート>会話ができる方。（日時変更・学生と相談して可）1クール2か月（8-9 回程度）
- ・ Zoom(40 分無料)などでホストが可能な方。
- ・ 会話の内容:日本での生活・環境・文化・観光・社会ルールなどのお話ができる方。
- ・ 日本語教育資格やベトナムの知識は入りません。
- ・ テーマは、その都度学生と決めます。学生の発表など
- ・ ボランティアですから報酬はありません。（学生 参加費無料）
- ・ 関心がある方はどなたでも大歓迎です。

実施中

第 1 クール(9/1~10/末)
 日本側指導 9 名 学生 18 名
 第 2 クール(11/1~12/末)
 日本側指導 12 名 学生 24 名



応募方法

- ① 簡単な自己紹介(自由) ②顔写真 1 枚 ③リモート方法(zoom 等希望を記載)
 - ④ 実施可能な曜日、時間を教えて下さい。(例:月曜日 17 時から(日本時間))
 - ⑤ 開始可能日(例:10 月第 2 週の火曜日からなど)
- 公益社団法人ベトナム協会小川弘行あて右記に送ってください。(ogawa1305@yahoo.co.jp)

日本語コミュニケーショントレーニングの概要と指導員

1. 随時募集しています。（学生が決まったところでスタートして頂きます）
 2. 指導員 1 名に対し 2 名のベトナム人学生を担当頂きます(日本語能力 N3 以上)
 3. 学生側に問題等があった場合は、ハノイ大学フオン先生と一緒に改善します。
 4. 開始日及び終了日は、下記へメール連絡をお願いします。
ogawa1305@yahoo.co.jp ベトナム協会 常務理事 小川弘行
 5. ベトナム人学生から、感想などを随時お聞きします。
 6. 指導員決定には 駐日ベトナム大使館 教育担当フオン書記官の了承を得ます。
- ※ 万一不適切な事態が発生した場合は、指導員をお断りすることもあります。

学生参加者 ベトナムの大学生・日本語センターで学ぶ学生など(日本語能力 N3 以上)
 参加者の募集・調整は、ベトナム大使館経由で、ハノイ大学日本語・日本文化コラボレーションセンター所長フオン先生が行います。

主催：公益社団法人ベトナム協会 後援：駐日ベトナム大使館
 協力：ハノイ大学・日本語日本文化コラボレーションセンター

VJCT事業に参加しての感想

齋藤 博氏

私は1996年にFUJI教育基金を設立し、これまでにベトナムの中学・高校・大学生約5,000人に奨学金を贈りました。また、ベトナムの大学生や在日留学生たちと実際に会ったり、SNSでやりとりしたりしてきました。ただし、日本語教育については、教師の資格も経験もありません。

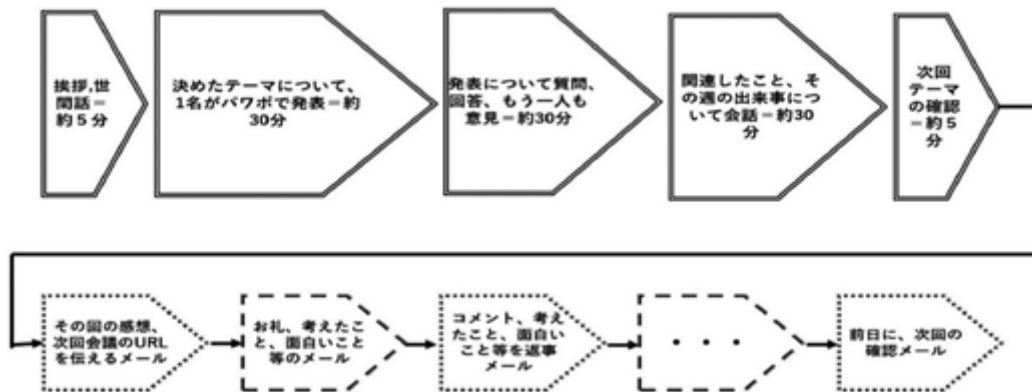
学生たちの紹介

私のお相手は、ハノイ大学3年生の男性Aさん（ナムディン省出身）、女性Dさん（ハノイ出身）で、いずれも日本語レベルはN2で、日本語能力は高い学生でした。日本語会話に関しては、Dさんはほぼ問題なく会話していましたが、Aさんは宙を見ながら日本語の表現を組み立てることが時にありました。

2人とも明るく、率直で、礼儀正しいことに驚かされました。例えば、毎回、会話が終わってから、御礼のメールが届くのです。

進め方と実施記録

*二重枠線は、GoogleMeetを使ってオンラインで会話。*点線枠線は齋藤→学生、破線枠線は学生→齋藤のメール。



実施日	発表のテーマ	自由会話の話題
第1回 11月3日	自己紹介：家族・出身地、好きなこと・趣味、したいこと	今後の進め方を話し合って決める。GoogleMeetで行う。
第2回 11月10日	故郷ナムディンの観光と特産の食べ物(ポーランドパン, nem)の紹介	ハノイに地下鉄開業(11月6日)・日本は外国人入国解禁(11月8日)
第3回 11月17日	ハノイの観光紹介とおすすめの食べ物(xôi ngô, mì vân thân)紹介	コロナ禍学生生活・撮影したビデオの紹介・制作したハノイ大学ビデオ
第4回 11月24日	ハノイ大学(大学名の由来と困ったこと, 怖い話等)紹介	Dさんが用事があったてテーマ発表時のみで退出。日本の紅葉。
第5回 12月1日	衣装について(17世紀から現在に至るアオザイの変遷)	アオザイの歴史について質疑応答・齋藤が撮った紅葉の写真を紹介。
第6回 12月8日	日越関係の歴史[あれこれ詰め込みすぎてしまいました。反省!]	12月8日は、日本にとって特別の日=太平洋戦争開戦
第7回 12月15日	テトについて(「テトの前」に焦点を当てて)	ベトナムフェスティバルの紹介・コロナが収まったら何をしたい?
第8回 12月22日	ベトナム人の名前について	このプログラムに参加した感想

感想

- ✓ 11月3日から毎週水曜日、7:30pm⇒8:30pm～9:00pm、8回の実施でしたが、楽しく濃密な会話を楽しみながら、あっという間に1クールが終了してしまいました。学生とのこうした関係が初回から築けたのは、本プロジェクトの《ハノイ大学—在日ベトナム大使館—ベトナム協会》という枠組みが、学生たちに安心感・信頼感を与えているからだと思います。
- ✓ 私が北部の国境に近い街へ「長距離バス」で行った話をしたとき、話がかみ合いません。ふたりの学生にとって「バス」は市内を走るもので、他の省へは行かない乗り物だったのです。このようなすれ違いは他にもいろいろありそうで、気をつけないといけない、と思いました。
- ✓ 地方には、その場所にしかない食べ物（たとえば、ポーランドの経済援助で出来た工場で作られる、美味しい「ポーランドパン」）があることを改めて教えてもらい、ベトナムへ行く楽しみが増えました。
- ✓ 失敗したこと：第6回目に私が行った説明（目次は右図）は、伝えたいという思いがいっぱいあって、てんこ盛り過ぎ、説明時間も1時間以上かかってしまいました。このなかから1つの事項だけを取り上げて話したらよかったと、反省しました。
- ✓ ベトナム初の地下鉄がハノイで開業し、しかも当初は運賃無料だったので、「乗りにいかないの？」と学生に尋ねたら、意外な答えが返ってきました。「コロナが危ないから行かない」と言うのです。また、コロナ禍ですとオンライン授業しか受けておらず、早く友達に会いたいと言います。新型コロナウイルスに対するベトナムの学生の警戒心の高さ、感染拡大の深刻さを知りました。
- ✓ アオサイは、初めは丈が長い上衣だけだったのに、あるときからズボンをはくようになったという説明がありました。その理由について私が質問したら、当時の歴史についての議論になり、オンライン終了後にさらに調べて、メールで詳しく教えてくれました。北部の鄭氏政権と中・南部の阮氏政権とが対立していた17世紀ごろ、阮氏が支配圏の内側と外側とを区別するために、ズボンをはかねばならないという規則をつくったからでした。ベトナムの歴史は面白い。
- ✓ なお、私は小学校4年生の孫（女）と同居しています。3回目がはじまる前、「ベトナムのお兄ちゃん、お姉ちゃんと、いっしょにお話しする？」と聞いてみたら、「うん」と言うので、学生に断って、飛び入り参加しました。恥ずかしいからと言って画面にはあまり写りませんでしたが、一生懸命、観光地の紹介を聞きながらメモをとっていました。そのメモを写真に撮って、発表者にメールで送ったら、返事がきました：「[孫の参加について]ちょっと自分が中学校の話しを思い出した。1年生のとき、大学生のいとことハノイのある大学のスピーチコンテストに行きました。その頃の私にとって、日本はまだ地球のどこかにある遠い国でしたが、「あの制服はきれい」と思っていました。ハノイへの興味を少しだけ上がったなら幸せです。」日本とベトナムの友好が、ちょっとだけ深まりました。
- ✓ ふたりの学生から、「このプログラムに参加して、ちょっとだけ会話に自信がついた」と言ってもらえ、うれしいです。これまでのベトナム人たちとの交流では得られなかった知識や考え、ナマの生活の言葉等々に接することができ、このプログラムに参加させていただいたことを感謝します。

1.	8世紀：チャンパとの関係（1）平群広成、阿倍仲麻呂
2.	8世紀：チャンパとの関係（2）僧 仏哲
3.	8世紀：チャンパとの関係（3）東大寺大仏
4.	13世紀：モンゴル帝国（元）の侵略
5.	16～17世紀：日本の朱印船がホイアンに頻りに出入り
6.	1907年：ドン・ズー（東遊）運動
7.	1940年北部仏印進駐、1941年南部仏印進駐
8.	1946～54年：抗仏戦争と元日本兵
9.	1960～75年：抗米戦争と日本の反戦運動
10.	1973年：日本ベトナム外交関係樹立



学生から送られた、お孫さんと齋藤氏の似顔絵付きお礼状

「総説」黒毛和種牛肉の特徴的な脂質・香りの解析 —ベトナム市場への動物性食品の輸出促進を目指して—

神戸大学大学院農業研究科 助教・上田 修司

I. はじめに

ベトナムの人口は、2024年に1億人に達することが予測されており、中長期的な経済成長を背景に、東南アジア諸国連合（ASEAN）におけるベトナムの存在感が高まっている。日本では、ベトナム人留学生数が増加しており、中国に次いで、第2位（2019年5月1日時点7万3389人）となっている。コロナが収束すれば、日越間の留学生の人的交流が回復することで、10代から20代を中心としたZ世代（1990年後半から2000年代に生まれた人）による活発な貿易活動、ニュービジネスの興隆が期待される。

ベトナムは、豚、鶏、牛（特に水牛）、羊、山羊など様々な畜種を飼育する畜産大国であり、国民の所得上昇に伴って、2021年度は畜産物の消費量は前年比6.2%増が見込まれている（ベトナム畜産協会の調査）。今後も経済成長を背景に、引き続き畜産物の需要の伸びが予想される。ベトナムの畜産生産量は、市場経済の導入と対外開放政策を打ち出したドイモイ政策により、増産傾向にある。しかし、小規模農家の集約化の遅れから畜産物の輸入依存度は依然として高い現状である。

コロナ禍によるリモートワークの推進は、在宅で過ごす時間を増やしたことで自炊ブームが生まれており、高品質な畜産物への関心が高まっている。

また、日本の平均寿命は、現在、84.3歳（世界1位）で、ベトナムの73.7歳（世界92位）とは大きくかけ離れている（2021年版世界保健統計より）。日本の長寿の一因として、高度成長期の食の欧米化による動物性食品の摂取比率の改善が挙げられる。今後、ベトナムにおいても畜産物摂取による

長寿の実現が期待される。

2022年1月に地域的な包括的経済連携（RCEP）が発効され、アジア太平洋地域で大規模な自由貿易圏が誕生した。ベトナムは、日本と1973年に外交関係を樹立し、政治、経済、科学、文化面で交流を重ねてきた。ベトナムは、自国市場の開放と経済改革の両輪を果敢に推進することで、中長期的な経済発展を遂げている。両国は、今後も変わることなく、重要なパートナーとして友好関係をより深化することが期待されている。本稿では、日本が誇る黒毛和種牛肉の肉質について、ベトナムの方々に向けて情報発信を図りたい。

II. 黒毛和種の肉質について

1) 外観と肉質の硬さ

黒毛和種牛肉は、脂肪交雑が多く、豪州産の海外wagyuに比べて、細かい霜降りが多数見られた。

加熱調理したウチモモ肉の破断強度試験では、黒毛和種牛肉は、硬度6.43に対して、海外wagyuは硬度8.97であった。この数値は、低いほど柔らかく、数値が1.0違えば食感として十分に硬さの違いを認識できる程の差である。同じ部位と比べて、黒毛和種牛肉は柔らかいことが理化学的に示された（出典1）。

2) 栄養成分と脂質の質について

ウチモモの脂肪酸組成の比較では、モノ不飽和脂肪酸であるオレイン酸が黒毛和種牛肉（48.4%）、海外wagyu（42.5%）、ブラーマン（37.2%）の順で多く含まれていた。黒毛和種牛肉には、融点の低い脂肪が多く含まれており、食べた時の口どけに大きな差があることが示唆される（出典1）。

動物、植物、魚類に含まれる栄養成分で、脂質

に含まれる脂肪酸の種類と量は大きく異なる。植物油は、健康的、動物性脂肪は不健康なイメージが強いが、黒毛和種牛肉には、融点の低いモノ不飽和脂肪酸であるパルミトレイン酸が約5%、オレイン酸が約50%と多く含まれている。

黒毛和種のロース肉の脂肪酸の割合

脂肪酸	シンボル	(%)
オレイン酸	O	48.8 ± 2.2
パルミチン酸	P	24.9 ± 1.9
ステアリン酸	S	9.7 ± 1.4
パルミトレイン酸	Po	4.5 ± 0.9
リノール酸	L	2.6 ± 0.6

牛肉の脂肪酸は、脂肪細胞に中性脂質であるトリアシルグリセロール (TAG) で保存されている。脂肪酸の組成によってTAGの融点が変わり、食べた時の脂肪の口溶けと直接関係する。TAGにオレイン酸 (略語O) が3つ結合したTAG (OOO; トリオレイン) は融点が高い。

トリアシルグリセロールの分子種の割合

トリアシルグリセロール	(%)
POO	29.9 ± 1.7
POP	9.8 ± 1.1
PPoO	8.2 ± 1
POS	7.9 ± 1.5
SOO	7.3 ± 1.1
OOO	7.2 ± 1.6

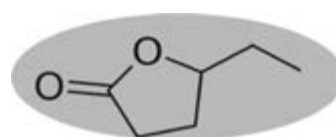
各表の数値は、黒毛和種ロース肉各20頭の平均値±標準偏差を示す (出典2)。

オレイン酸は、血中のコレステロールを適正に保ち、動脈硬化や心疾患を予防する効果が知られている。我々は、オリーブオイルを用いた地中海式食事療法をヒントに、黒毛和種牛肉の健康機能性を開発し、実用化を進めている。

3) 香りについて

黒毛和種牛肉は、加熱調理によって濃厚で甘い和牛香 (ワギュウコウ) が生じる。この甘い香りは、様々な匂い物質から成る混合臭であり、ラクトンが関係することが知られている。我々は、香り分析の結果、黒毛和種牛肉よりナッツのような香りのガンマ-ヘキサラクトンが多く生じることを示した (出典3)

化学構造式



揮発性が高く、ナッツの様な香り

III. 科学的な比較のまとめ

黒毛和種牛肉は、霜降りが多く存在し、他の畜種に比べて、とても柔らかいことが示された。また、黒毛和種牛肉は、動物性食品の中でも、特に高いオレイン酸含量を誇り、栄養価の高い食品である。黒毛和種牛肉は、加熱調理によって、甘い匂い物質であるラクトンが生じる。これらの特性は、ベトナム食材・ベトナムの調理方法と黒毛和種牛肉を組み合わせることで、様々な美味しい越日の融合料理に発展することが期待できる。

IV. 黒毛和種牛肉の輸出について

コロナ禍により生活スタイルの変化により電子商取引 (EC) が増加している。

しかし、国境を越えた越境ECの売り上げ割合は、大半の企業で10%以下にとどまっている。自由貿易の基盤整備が急速に進むにつれて、国境を越えた小売りECの拡大が予想される。

黒毛和種牛肉の輸出促進には、ベトナムの消費者に黒毛和種牛肉の魅力 (美味しさ、健康機能) を分かりやすく伝え、越境を越えたECの有効活用が望まれる。

<謝 辞>

本稿は、日本中央競馬会畜産振興事業の「黒毛和牛の魅力創出技術の構築事業」の事業成果を取り纏めたものです。海外wagyuの比較データは、日本畜産物輸出促進協議会の支援を受けて調査を行いました。詳しい内容については出典を参照下さい。本稿は、来日されたベトナム人留学生、海外研修生の方々に我々の研究活動を知って頂き、今後の勉学やビジネスに活かして頂くことを願っています。

越日の発展に向けて、ご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

<引 用>

1. 森山 浩光 畜産の研究 (2014年10月号) p1021-1026.発行：養賢堂
2. 柏瀬 あすか 地域・分析レポート (2021年2月26日) 発行：日本貿易振興機構

<出 典>

1. 上田 修司 畜産コンサルタント (2021年7月号) p32-36.発行：中央畜産会
2. Ueda S. *et al.*, *Metabolites* 2021, 11 (4) : 203.
3. Ueda S. *et al.*, *Metabolites* 2021, 11 (1) , 56;

要約

「総説」

黒毛和種牛肉の特徴的な脂質・香り・遺伝子の解析
—ベトナム市場への動物性食品の輸出促進を目指して—

神戸大学大学院農業研究科・助教
上田 修司 (Ueda Shuji)

<日本語版要約>

黒毛和種は、日本の固有の肉用種です。現在、日本全国で飼養される和牛の90%以上がこの品種です。黒毛和種の牛肉は、霜降りが多く存在し、他の畜種の肉に比べてとても柔らかいことが示された。また、黒毛和種の牛肉は、動物性食品の中でも、高いオレイン酸含量を誇る。オレイン酸は、血中のコレステロールを適正に保ち、動脈硬化や心疾患を予防する効果が知られている。黒毛和種牛肉は、栄養価も高く、オレイン酸含量の点から健康的な食品とも言える。

黒毛和種牛肉は、加熱調理によって、甘い匂い物質であるラクトンが生じる。黒毛和種牛肉のこれらの特性は、ベトナム食材・ベトナムの調理方法と組み合わせることで、様々な美味しい越日の融合料理に発展することが期待できる。

コロナ禍により生活スタイルの変化により電子商取引 (EC) の増加が見込まれている。しかし、国境を越えた越境ECの売り上げ割合は大半の企業が10%以下にとどまっている。今後、自由貿易の基盤整備が進むにつれて、国境を越えた小売りECの拡大が予想される。黒毛和種牛肉の輸出促進には、ベトナムの消費者に黒毛和種牛肉の魅力 (美味しさ、健康機能) を分かりやすく伝え、越境を超えたECを有効に活用することが望まれる。

<ベトナム語版要約>

“Nhận xét chung”

Phân tích về thành phần lipid, hương thơm và gen đặc trưng của thịt bò đen Nhật Bản
– Hướng đến đẩy mạnh xuất khẩu thực phẩm có nguồn gốc động vật vào thị trường Việt Nam –

Trợ lý giáo sư, Khoa Nông nghiệp của Viện đào tạo sau đại học thuộc Đại học Kobe

Ueda Shuji

<Tóm lược>

Bò đen Nhật Bản là giống bò thịt đặc hữu của Nhật Bản. Hiện nay, hơn 90% bò Nhật Bản được chăn nuôi trên toàn Nhật Bản là giống bò này. Thịt của giống bò đen Nhật Bản có rất nhiều “vân cẩm thạch” lẫn mỡ, và người ta đã chứng minh rằng loại thịt này mềm hơn nhiều so với thịt của các giống gia súc khác. Ngoài ra, trong số các loại thực phẩm có nguồn gốc động vật, thịt bò đen Nhật Bản tự hào có hàm lượng axit oleic cao. Axit oleic được biết là có tác dụng duy trì thích hợp lượng cholesterol trong máu, phòng ngừa xơ vữa động mạch và bệnh tim. Thịt bò đen Nhật Bản là một loại thực phẩm giàu giá trị dinh dưỡng và tốt cho sức khỏe.

Việc chế biến gia nhiệt thịt bò đen Nhật Bản sẽ tạo ra chất lactone có hương thơm ngọt ngào. Sự kết hợp đặc trưng độc đáo của thịt bò đen Nhật Bản với nguyên liệu và phương pháp nấu ăn của Việt Nam được kỳ vọng là sẽ tạo nên món ăn ngon tuyệt có sự dung hòa những đặc sắc giữa Nhật Bản – Việt Nam.

Thương mại điện tử (EC) được dự kiến sẽ gia tăng do những thay đổi trong lối sống vì dịch Corona. Tuy nhiên, tỷ lệ bán hàng thông qua thương mại điện tử xuyên biên giới là dưới 10% đối với hầu hết các công ty. Trong tương lai, dự kiến thương mại điện tử trong hoạt động bán lẻ xuyên biên giới sẽ mở rộng khi nền tảng cho thương mại tự do như RCEP và TPP, v.v... tiến triển. Để đẩy mạnh xuất khẩu thịt bò đen Nhật Bản, cần truyền tải được sức hấp dẫn (độ ngon, chức năng tốt cho sức khỏe) của thịt bò đen Nhật Bản đến người tiêu dùng Việt Nam một cách dễ hiểu, và sử dụng hiệu quả thương mại điện tử xuyên biên giới.

<略 歴>

2004年神戸大学大学院医学系研究科博士後期課程修了

2004年神戸大学 21世紀COEプログラム COE 研究員

2008年より神戸大学大学院農学研究科 助教

2013年カリフォルニア大学デビス校 客員研究員

2013年神戸大学 農学研究科動物資源利用化学分野 助教



<抱 負>

世界的な災害に対する防災、食糧危機問題の解決に向けて、優れた日本の農業資源、科学技術を次世代に継承していきたいと思います。ベトナムの方々と協力し、より良い未来を築きたいと考えています。

COVID-19流行前後における在留ベトナム人人口の動向

東京大学大学院総合文化研究科 修士課程 野村侑平

日本の人口は2008年にピークを迎え、それ以降減少が続いている。一方で、国内の外国人人口は増加傾向にあり、2019年12月末に過去最多の293.3万人を記録した（法務省『在留外国人統計』）。その背後には、2008年に「留学生 30 万人計画」が策定されたことや2009年に在留資格「技能実習」が創設されたことなどがある。ところが、COVID-19の世界的な感染拡大により、日本を含

む各国で渡航制限が課されたために、2021年6月末現在、282.4万人にまで減少した。ただし、在留外国人上位5国籍をみると、ベトナムは唯一増加傾向にあり、2021年6月末現在、過去最多の45.0万人となり、中国に次ぐ（図1）。本稿では、COVID-19流行前後において他の国籍とは異なる傾向を示す在留ベトナム人人口の動向を概観する。

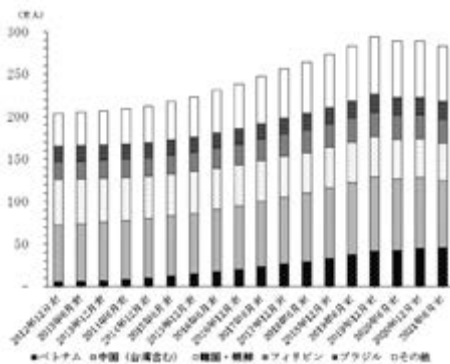


図1 上位5国籍別在留外国人人口推移
法務省『在留外国人統計』により筆者作成

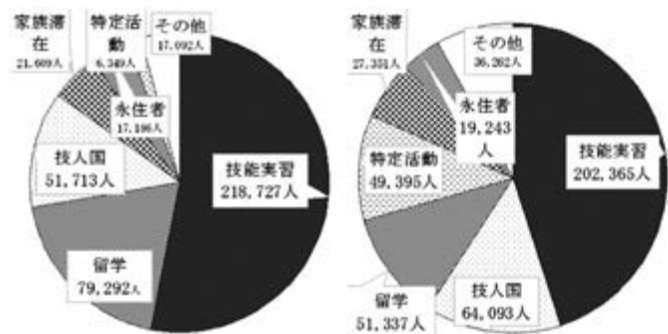


図2 在留ベトナム人の在留資格内訳
（左：2019年12月末、右：2021年6月末）
法務省『在留外国人統計』により筆者作成

図2は、感染流行前（2019年12月末）・後（2021年6月末）における在留ベトナム人の在留資格の内訳を示したものである。同図より、「技能実習」と「留学」の人数が減少した一方で、本国への帰国が困難となった技能実習生にも適用されるようになった「特定活動」の人数は7倍以上増加した。表1より、2019年から2020年にかけて出国者・入国者総数は大幅に減少しているが、出国者数に対する入国者数の比率の増減率を算出すると、主要国が軒並み0%を下回るなかベトナムは30.6%で、結果的に感染流行後も人口増加が継続している。

図3には、性別・年齢構成を示した。男女とも

に20歳代の比率が高く、男性25-29歳階級（19.9%）、男性20-24歳階級（19.1%）、女性20-24歳階級（18.6%）で全体の半数以上（57.5%）を占める。平均年齢は25.8歳で、2019年現在の日本の47.4歳（総務省『人口推計』）と比べても、非常に若い年齢構成である。

最後に、居住地をみる。都道府県別では愛知県（4.4万人）が最多で、大阪府（4.0万人）、東京都（3.6万人）と続く。市区町村別では、埼玉県川口市（0.4万人）がトップで、兵庫県姫路市、千葉県船橋市と続き、いずれも大都市圏に位置する自治体が名を連ねる。以上より、ベトナム人人口は大

都市圏中心および郊外に集中する傾向にある。しかし、関東地方の自治体を例に感染流行前後の増減率（図4）をみると、文京区（-39.7%）、渋谷区（-31.4%）、新宿区（-25.0%）といった都心中心区ではマイナスである。東京23区では、COVID-19流行前の2019年6月末にピーク（3.1万人）を迎えてからすでに減少傾向にある。一方で、茨城県笠

間市（77.1%）、潮来市（70.2%）、常総市（58.8%）など北関東の自治体ではプラスである。実数こそ都心区と比べて少ないものの、これらの地域の主たる産業である農業や製造業におけるベトナム人の存在感が増している。

以上まとめると、在留ベトナム人人口は、COVID-19の流行にかかわらず若年層を中心に全

国的な増加傾向が継続している。ただし、その傾向は地域により大きく異なることや、「特定技能」の在留期限が2022年度にも事実上撤廃されることなどからも、今後の動向を見守る必要がある。

表1 主要国籍外国人の日本から（へ）の出国者数・入国者数および増減率

	2019年		2020年		出国者数に対する入国者数の比率の増減率
	入国者	出国者	入国者	出国者	
総数	3,119	3,096	431	468	-8.7
ベトナム	52	43	16	10	30.6
中国（台湾含む）	1,545	1,540	210	228	-8.2
韓国・朝鮮	588	592	55	56	-2.3
フィリピン	77	75	16	17	-10.2

単位：万人 単位：%
法務省『出入国管理統計』により筆者作成

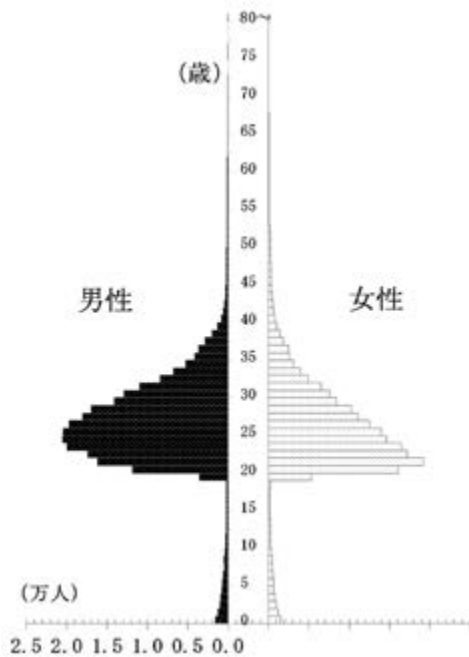


図3 在留ベトナム人男女別人口ピラミッド（2021年6月末）
法務省『在留外国人統計』により筆者作成

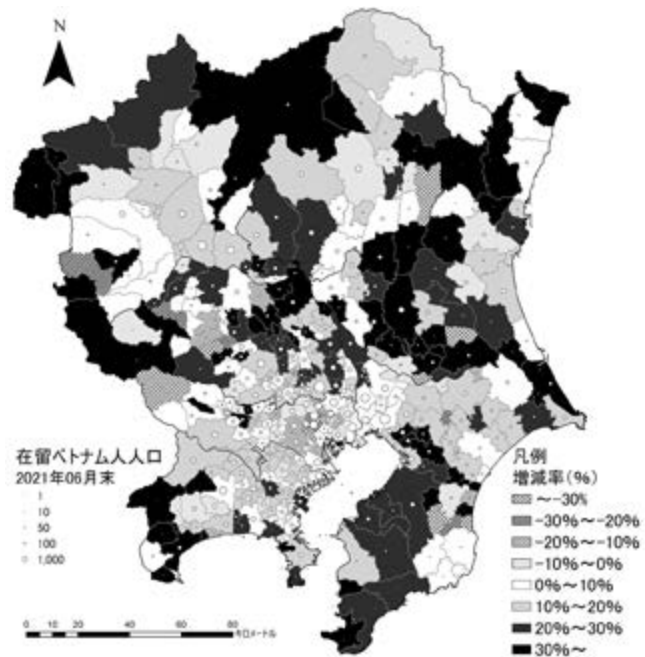


図4 関東地方における在留ベトナム人人口と増減率
法務省『在留外国人統計』により筆者作成

賛助会員制度（ベトナムに関係がある団体等）の導入が決まる

令和3年8月25日開催の定時総会において、会員に「賛助会員」を追加することが承認されました。

総会議案

会員に賛助会員（ベトナムに関係する団体等）を追加する。

[理由] ベトナム関係団体の一部から、個人会員と同じ年会費（1口5,000円 複数口数可）で、団体名で会員になりたいとの希望があった。

全国にベトナム関係団体は約40近くあるが、その連携は少なく、相互の活動を知る機会がほとんど無いのが現状。そこで公益社団法人として情報連携の必要性を感じた。

なお、法人法上の会員は従来通り個人会員、法人会員とし、賛助会員は議決権を有しないこととした。ベトナム人が運営する団体は会費無料とする。

賛助会員メリット

1. 弊協会が開催する事業のご案内と参加ができる。
2. 弊協会が情報提供する資料やメール情報を使用することができる。
3. 毎月ベトナムニュース（ベトナム・タイムズ提供）をメール送信します。
4. 機関誌ベトナムの年1回送付。（過去の機関誌ベトナムはご要望により配布）
5. 毎年2月頃発行する「機関誌ベトナム」へ団体の活動報告ページを提供します。（A4 1ページ程度の提供）
6. ご希望によって、弊協会ホームページ「友好団体活動」欄に団体の活動報告を掲載することができる。

申し込み方法

別紙 賛助会員入会申込書を以って入会申込を行い、弊協会理事会又は業務執行理事会の承認を得て入会する。

賛助会員 令和3年12月末現在（敬称略）

一般社団法人 日本ベトナム経済交流センター	理事長	森 正暁
認定特定非営利活動法人 日越堺友好協会	理事長	加藤 均
日本ベトナム友好協会茨城県連合会	会長	山口やちゑ
一般社団法人 国際人材生活支援機構	代表理事	高木規久子
袋井ベトナム友好協会	会長	浅羽 一芳
特定非営利活動法人 日本国際親善協会	理事長	伊瀬 洋昭
一般社団法人 日本ベトナムビジネス連合会	代表理事	五味 峻一

代表者個人会員団体

習志野ベトナム友好協会	会長	古井 敏昭
横須賀ベトナム友好協会	会長	新井 公二
浅羽ベトナム会	代表	安間 幸甫
NPO法人ベトナム簿記普及推進協議会	理事長	玉川 雅之
特定非営利活動法人 IEO国際交流団体	理事長	佐藤 容代

在日ベトナム人関係団体

一般社団法人 在日ベトナム人協会
一般社団法人 在日ベトナム経営者協会
一般社団法人 在日ベトナム仏教信者会
在日ベトナム学生青年協会

一般社団法人 日本ベトナムビジネス連合会設立

一般社団法人 日本ベトナムビジネス連合会

代表理事 五味 峻一

一般社団法人日本ベトナムビジネス連合会（JVBA）は、日本とベトナムのビジネスを促進する交流団体として、2021年7月に立ち上がりました。当連合会は日越の企業の橋渡し役を担うべく、『日越ビジネスの情報配信』『日越企業コミュニティの創造と運営』『各種専門家の紹介と相談会の実施』『日越企業のビジネスマッチング』『日越での社会貢献』の5つを活動の柱にすえ、同年10月より本格的な活動を開始しています。（JVBAホームページ：<https://j-vba.or.jp/>）

この度代表理事に就任した五味峻一は、これまでのべ15,000人以上の経営者が参加し、日本国内、大手中小企業約350社が登録する株式会社いかしあい隊のコンサルタントとして、経営者コミュニティ運営、企業マッチング、ビジネスコンサルタントとして活動。そのかわり、日越企業のベトナム進出支援や店舗プロデュース、飲食・食品・化粧品・美容・医療などの分野で日越ビジネスに携わってきました。



代表理事：五味 峻一



JVBA ロゴデザイン

当連合会発足の背景には、代表理事である五味がこれまでコンサルタントとしてビジネスに関わっていく中で感じた、両国のビジネスが発展するためには両国相互の理解が必要不可欠であり、そのためのサポートをする団体、コミュニティが必要だという思いが込められています。

【VISION】

日本とベトナム、正しい理解での『共存』そして、ビジネスの『共創』をサポート。

【MISSION】

日本企業とベトナム企業の健全な交流とビジネス進出を支援する。

日越での社会貢献活動を通して、長期的かつ有効的なパートナーシップ関係を構築する。

また当連合会では、日越ビジネスについての学びを深め、企業の交流の場としてJAVIT会を企画。基本毎月第3水曜日17:00-19:00、東京都内の会場にてオンラインも併用しながら開催をしています。当会は2部構成となっており、第1部はビジネスについての学びを深めるセミナー、第2部は参加者の交流のパートとなっており、毎回20~30社の経営者、決裁者、各種専門家の皆様が参加、積極的に交流を深めています。昨年のJAVIT会で取り上げたテーマは以下です。

- ・ 第1回 JAVIT会 『ベトナム進出失敗事例大公開！失敗から学ぶベトナム進出』
講師：西田 俊哉（アイクラフトJPN・ベトナム株式会社）【2021/10/20開催：紀尾井フォーラム】
- ・ 第2回 JAVIT会 『ベトナム人からみた日本とのビジネス。その課題と未来』
講師：Le Hung（Team Nenriki）【2021/11/17開催：紀尾井フォーラム】
- ・ 第3回 JAVIT会 『アフターコロナの外国人雇用と法的問題点』
講師：金田 良典（一般社団法人グローバル人事支援協会）【2021/12/15開催：衆議院議員会館】

2022年のイベントスケジュールはこちらから確認することができます。

JBVA ホームページ< <https://j-vba.or.jp/seminar2022/> >



第1回JAVIT会講師と理事写真



JAVIT会セミナー風景



JAVIT会懇親会風景

JVBAでは理事であるシュークニヒロ協力のもと、ラジオを通して日越ビジネスの情報配信もスタート。放送局はTokyo Star Radio。100万人エリアをカバーする八王子のFM局です。ラジオアプリリスラジを使用することで全国どこでも視聴することができ、出演番組は約3万人以上の方が視聴しています。

【ラジオ番組の詳細】

放送日：毎月第1 金曜日夜 9:00-9:24

番組名：『シュークニヒロのエイトマスターズ』

放送局：Tokyo star Radio 88.5MHz

詳細： <https://775fm.com/timetable/shu2/>



理事：シュークニヒロ



ラジオ収録風景

2021年はJVBAスタートの年となりました。2022年は情報配信、ビジネスセミナー、交流イベントを中心に、会員企業様のビジネスを直接サポートする「ビジネスサポート窓口」と「人材活用サポート窓口」を立ち上げていきます。公益社団法人ベトナム協会会員の皆様、本年もよろしくお願いいたします。

Vietnam
Information
Center

ベトナムに関連する実績、知見、独自に培った
日越ネットワークを活かし日本とベトナムを繋ぐ支援を行う

一般社団法人ベトナム情報センター設立

【設立経緯】

2013年7月、東京で唯一のベトナムに特化した情報発信拠点として、株式会社AAB 東京オフィス内に「ベトナム情報センター」を開設、以降、官公庁・企業・各種団体・メディアなどから、日本におけるベトナムに関する B2B・B2C 向けの各種問い合わせや課題に幅広く対応し、ベトナム現地の関連企業とも連携しながら、日本ーベトナム間のリアルな情報を提供して参りました。さらに、日本国内におけるベトナム人コミュニティや、ベトナム関連の活動を行う個人、企業、団体、ベトナム料理レストラン等のネットワークを独自に構築しており、日越交流イベントの事務局をお引き受けしてきました。

このたび、これまで培ってきたベトナムに関する知見や情報、ネットワークを広く社会一般に提供する目的で、2021年5月、「一般社団法人 ベトナム情報センター」を設立しました。これを機会に日本国内のベトナム人およびベトナム関連ネットワークを活かし、日本とベトナムを繋ぐ支援をより広く展開して参ります。皆様のご支援ご協力を宜しくお願いいたします。

一般社団法人ベトナム情報センター

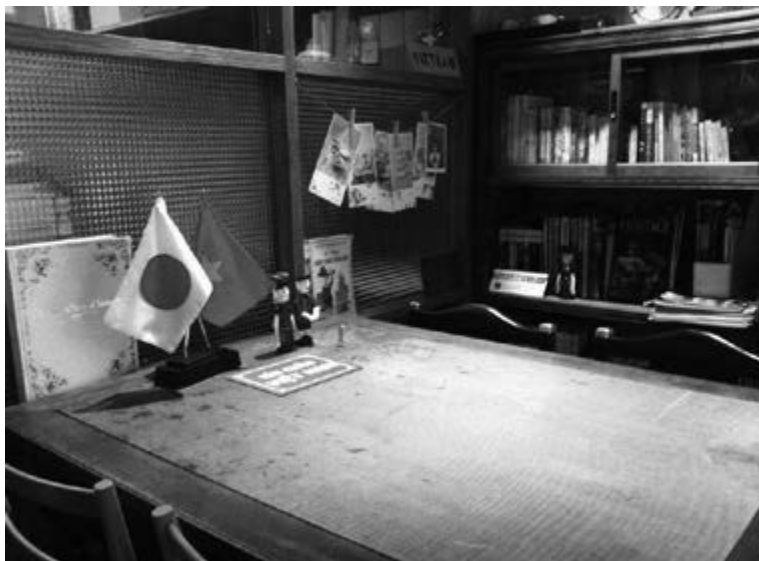
所在地: 〒104-0042 東京都中央区入船 1-6-3 朝日八丁堀 1F

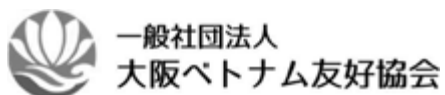
TEL: 03-6280-3484

Facebook: <https://www.facebook.com/VietnamInformationCenter/>

Instagram: <https://www.instagram.com/vietnaminformationcenter/>

担当: 中野 陽子 (ベトナムコミュニケーションアドバイザー)





一般社団法人大阪ベトナム友好協会
会長 仲山 典男

【協会概要】

本協会は日越夫婦を中心として活動しており、ベトナムの素晴らしき多様性のある文化を多くの日本のみなさまにお伝えし、両国の交流がより深くなることを願って文化交流活動を中心に取り組んでおります。大阪ベトナム友好協会の事務所がある今里地区は大阪で最もベトナム人が多く住む地域であるため、地域に住むベトナム人にとっても住み良い環境づくりに貢献していきたいと考えております。

【この1年の主な活動】

大阪市との共同での取り組みとして多文化共生イベント「Tatami Talk」にてアオザイショーやベトナム舞踊での出演やベトナムフルーツカービング体験を行ないました。また、地域に住むベトナム人の子ども向けにベトナム語の絵本や紙芝居の読み聞かせ会も開催しました。



大阪市立長居植物園からの依頼でハスマつりでのアオザイショーやハスの実の試食・ハス茶の試飲も無料でさせていただきました。また、大阪市内に住むベトナム人の親子の生活相談や面談の通訳の委託を大阪市教育委員会から継続的に行なっております。



【ベトナム舞踊での活動】

日越夫婦の役員にはベトナム国立歌舞団出身者が2名おり、他団体への外注を行わずに本格的なベトナム舞踊の出演をすることが出来ます。一般的なベトナム関連イベントだけでなく、今年は大塚文化センターで開催された大韓民国総領事館主催の多文化共生イベントに韓国の有名な歌手ソンシギョンとの共演もすることが出来ました。今後もベトナム関連イベントにこだわらず、より多くの方々がベトナム文化の一端として本格的なベトナム舞踊を楽しんでいただけるよう取り組んでいきたいと思ひます。



【最後に】

当協会は、ビジネスでの交流というよりは、市民活動としての文化交流活動を主軸にしており、ベトナムのことをよく知らない方々にも多様性のあるベトナム文化の素晴らしさをお伝えし、日本に住む日本人とベトナム人が相互理解していくためのお手伝いが出来ればと考えております。

Feel Vietnam

ベトナム料理教室、フルーツカービング教室など
日本とベトナムの文化交流を中心に活動しています。
ホーチミン市国立ボンセン歌舞団出身のメンバーによる
本格的なベトナム舞踊もお届けしています。

一般社団法人
大阪ベトナム友好協会

■お問い合わせはメールにて
E-mail info@osakavietnam.xii.jp

「栃木大恩寺」が完成

一般社団法人在日ベトナム仏教信者会

2018年に本庄市に「大恩寺」を開設しましたが、2021年11月に「栃木大恩寺」が完成しました。

代表であるティック・タム・チーさんは、技能実習生として働いていたベトナム人が勤務先との関係が悪くなり、やむなく離職したり、生活困窮に陥ったベトナム人の生活サポートを長年続けてきました。そこに新型コロナの感染拡大となり、職場を失ったベトナム人技能実習生や日本での生活に行き詰ったベトナム人を一時的に保護し、帰国に向けてのサポートを続けてきました。

しかし、新型コロナの収束は見え、帰国予定者はどんどん増えるものの飛行機の運休が続き、帰国できないベトナム人は増える一方で、大恩寺に支援を求めるベトナム人が急増しました。

大恩寺だけでは手狭になり、拡大を考える中で、東京都小平市の篤志家から那須に所有する民家の提供をお申し出で頂き、昨年「栃木大恩寺」の開設にいたしました。現在は60～70人の生活支援をしています。

皆様のご支援お願いいたします!!
ティック・タム・チー



3・11 をきっかけに

ベトナムの人はとても信心深く、お寺は身近な存在です。9人きょうだいの末っ子として生まれ、姉も尼さんで、私もお寺が好きだったので、7歳のときに得度（出家）しました。ベトナムでは東洋学を学び、私のお師匠さんが昔、立正大学に留学していたため推薦して頂き、私も日本の大乘仏教文化を学ぶため2001年に日本に留学して、大正大学に入りました。

2011年の3・11（東日本大震災）のときに、東北の実習生もたくさん被災しました。ベトナム大使館と連絡をとり、実習生たち84人を東京の活動拠点に迎え入れ、1カ月間お世話をさせていただきました。また、トラックで支援物資を届けに東北へ6度行きました。「津波でお守りの数珠が流されたことが悲しい」という人が多かったので、ベトナムの姉から3000個の数珠を送ってもらい届けました。アメリカのベトナム人コミュニティから支援金が届き、それを被災地に送ったりもしました。

そのことがきっかけで、日本にいるベトナムの人たちが困ったら、私に相談してくることが多くなりました。そして2013年、在日ベトナム仏教信者会をつくりました。いま、在日ベトナム仏教信者会は、食料支援や相談活動、葬送支援、住居の提供、帰国支援などをおこなっています。無償で結婚式を行うこともあります。

亡くなった実習生の供養も

日本にいるベトナム人は、およそ46万人です。その半分の23万人は技能実習生で、ほかは留学生などです。日本は超高齢社会になり、若い人材が足りないため、外国人労働者に頼らざるを得なくなりました。安倍首相になってから、日本はベトナム人技能実習生を多く受け入れるようになり、在日ベトナム人は急激に増加していきました。

多くの技能実習生は、親切的な日本企業で働いていますが、一部では、暴力や暴言が絶えない環境のなか低賃金で働かされ、時には、いじめを受けている実習生もいます。とくに建設現場で働く実習生は、言葉が通じないなかで、過酷な労働を強いられる状況から、技能実習制度は「強制労働」、もしくは「奴隷労働」ではないかとの指摘もあります。そのような厳しい労働環境から身を守るために逃げ出した実習生は、23万人のうち約1万人にものぼります。その人たちは、仕事も、住むところも、健康保険もないので、逃げた後も大変な思いをします。

さらに去年は、新型コロナウイルスの影響で実習生の仕事がなくなり、多いときには80人くらいが大恩寺に身を寄せていました。現在も、20人ほどの実習生が暮らしています。

この他にも大きな問題があります。今年に入ってから30人、昨年から合わせると100人ほどのベトナム人技能実習生が日本で亡くなっています。死因は、事故、自殺、事件、熱中症の他、「心不全」や「突然死」「不詳」と死亡診断書に記載されているものもあります。しかし、「過労死」とは書かれていないのです。実習生の多くは20代から30代の若い人たちで、これほど多くの人が、何の問題もないのに突然死するというのはおかしなことです。言葉が通じない、友人もいない環境でのストレスや、過労などの問題が見逃されていたのではないかと思います。

亡くなった人は、コロナの影響で遺族も迎えに来られません。大使館から遺族に連絡してもらい、遺族から私のフェイスブックに連絡がきて、火葬の委任状をつくります。そして関係している葬儀屋さんにも協力してもらって火葬します。生前の性格などを聞いて戒名もおつくりします。ご遺骨は大使館のチャーター便で帰国する人たちに託します。

「おなかいっぱい」

私は日本で20年暮らし、日本のことも日本のみなさんのことも大好きです。日本で働く技能実習生たちにも、日本のことを好きになってもらいたいと願っています。

でも、その願いよりも、なによりも願うことは、彼らの“いのち”が守られることです。

昨年、技能実習生たちが豚を盗んで逮捕された事件がありました。大恩寺には犯罪者が住んでいるのかと誤解されるなど、しばらくは風評被害で大変な思いをしました。

事件に関係したベトナム人の若者たちが住んでいる家に行ったところ、ボロボロの畳の上に、十数人が共同生活を送ってしまっていました。実習生は、給料の大半を送金して、手元に2、3万円しか残っていません。だから、食べることに困っている様子でした。彼らが空腹で困らないようにするためには、お米とラーメンがいいと思い、昨年4月から日本にいるベトナム系企業や信者さんたちから寄付を頂き、全国に食料支援を送るようにもなりました。

そんな私たちの活動がメディアで紹介されて以降は、日本のみなさんからもお米や支援金をいただいています。主な団体には、ひとさじの会（社会慈業委員会）やフードバンク埼玉というところがあり、多くの支援を受けています。そのおかげで、これまでに151トンのお米を困窮する在日ベトナム人や在日外国人に送ることができました。

先日も入国管理局からアルファ米のご寄付を頂きました。一般の会社の方から「内で働いてほしい」と、技能実習生に仕事を用意したというご連絡をもらうこともあります。誠にありがたいことに思います。

外国人技能実習制度は、見直していくべき点が多くあると思います。実習生から話を聞くと、仕事の技術を学んでいるとはとても思えません。日本語をほとんどはなせないのでコミュニケーションもとれず、ただ肉体労働を強いられるだけです。

これはベトナムだけの問題ではないので難しいかもしれませんが、技能実習ではなく、特定技能という在留資格の利用に移行すべきです。実習生たちが日本人と同じように働き、税金を払って、サービスを受けられるようになれば、彼らも日本に貢献することができます。そうしなければ今後ベトナムが発展したら、日本にきたいと思う実習生はいなくなってしまいます。

私は僧侶として、日本で傷つけられ、心身ともに弱っている人を助けなければなりません。目の前に困っている人がいれば助けます。大恩寺には門がありません。誰でも受け入る場所です。

今後の支援活動の展望としては、留学生へ奨学金をつくりたいと考えています。日本のみなさんもいま大変だと思うのですが、できれば、国内の在日外国人のためにあたたかい支援を頂きたいと思います。そして、みなさんから頂いたあたたかなお気持ちを、日本にいるベトナム人にお伝えしたいと思います。お互いに理解しあい、いい社会をつくっていきましょう。

宜しく願いいたします。（2021年9月）

ティック・タム・チーさんへ連絡

ご希望の場合

ベトナム協会がお取次ぎします。

下記までお願いします。

Tel : 03-3403-3449

Mail : ogawa1305@yahoo.co.jp

常務理事 小川弘行



ハノイ大学日本語・日本文化コラボレーションセンター

CCJLC THE COLLABORATION CENTER FOR
JAPANESE LANGUAGE AND CULTURE

日本語・日本文化コラボレーションセンター

2016年6月28日：ベトナム・日本コラボレーションセンター設立
2018年4月6日：日本語・日本文化コラボレーションセンターに改名
所長：Pham Thu Huong 日本語学部通訳翻訳学専攻科長兼主任
概要：ハノイ大学学長直下の組織として親切された日越関係の発展と
共存を目的とした、産学連携を主とする事業を行う機関

5分野で事業促進

産学連携強化
と共にサービス

日本の各主要
大学との提連

在越日系企業に
日本語及び
ソフトスキルの
各教育サービスの提供

ベトナムの語学や
文化を日本へ発信、
波及することを主力

学生交流及び人材育成交流プログラムの企画運営

- ① Study Tour・14日間からの長短期の学生向けツアー・
語学・文化を重点的にベトナムと関わることを実践的に体験するプログラム
- ② 日本留学
本格的な日本語習得と文化体験を体得するプログラム
- ③ インターン
インバウンドとアウトバウンド双方を想定したプログラム
- ④ 高度人材
国際社会で活躍する人材を育成支援することを目的としたプログラム



HANOI UNIVERSITY

THE COLLABORATION CENTER
FOR JAPANESE LANGUAGE
AND CULTURE



ハノイ大学概要

外国語とその関連領域を専門分野とする国立大学である。
教育大コーパスは「外国語能力を基盤とし、国際社会の一員として、
それに見合った能力を備えた真の良人材を育成する」
方針は語学系の他、経営管理・機械工学（IT）・国際学専攻など16学部
13専攻
1959年のハノイ外国語大学として教育訓練省管轄の下、設立
外国語人材を育成するベトナム唯一の大学として設立
海外20カ国・70を超える大学と交流協定を締結し、双方の交流を支援
教員の90%は海外の大学で教育を受けた人材を輩出し、
22カ国から留学生を受け入れている。



日本語・日本文化コラボレーションセンター

STUDY

- ・ 日本語
- ・ ソフトスキル
- ・ 日本留学

WORK

- ・ ジョブフェア
- ・ インターン

CULTURE EXCHANGE

- ・ Study Tour
- ・ ガイド

【CCJLC実績】

- ・株式会社土木試験総合研究所(東証二部上場)
- ・株式会社WILLER(国内ハズ市場業界一位)
- ・社会福祉法人江寿会【アゼリーグループ】
- ・株式会社コロワイド(東証二部上場)
- ・株式会社グローバルグループ
- ・トクソングループ

日本語・日本文化コラボレーションセンター

Add: MsF, Nguyen Trai, Thanh Xuan, Hanoi

Websites: hoc.tienghat.hanu.vn

Mail: info.ccjlc@gmail.com

Tel: (+84) 24 3232 31 33

高度人材支援事業

ジョブフェア

ハノイ大学は輩出の高度人材を日本で就労することを目的に支援。2016年8月に東証二部上場企業を招いての開催を皮切りに、年3回(5月・11月・1月)ハノイ大学内で開催していきます。東京を中心に日本で就社員として就労希望する在校生及び卒業生に正確な情報を的確に届けていきます。



インターン

在学中に日本で日本企業に3ヶ月から1年間の就労体験を目的に支援。一定期間就労経験を積むことを目的とし、学外実践型のカリキュラムを提供します。高度に教育された日本企業に、グローバルなスタンダードな日本での就労を加味することでビジネスキャリア促進の機会を提供しています。

ガイダンス

的確かつ正確な企業情報や就労情報を定期的にセミナー等で実施支援。イメージだけでなく論理的思考の育成やビジネスマナー等をCCJLCの講座としてガイダンスしています。進学準備の元、短期間の集中講座として学生に受講する機会を提供していきます。



教育実践事業

日本を含めた海外主要大学と新学連連・学学連帯を元に提携を促進企業内の語学教育やスタッフ育成の支援講座を実施学内で社会人をメインに高度な日本語教育を海外授業として実施文化交流とし、各種奨励金等支援し、海外会や交流会を企画運営。



PHAM THU HUONG

ハノイ大学 (旧: ハノイ外国語大学)
日本語学部長及び英語学部長
大政教育大学編入
政策研究大学院大学卒業
日本で就労経験後、ハノイ大学に勤務開始
現在17年が経ち、CCJLC設立とともに所長に就任
一方ハノイ大学日本語学部長兼副学部長と兼任

サービス

ガイド

翻訳・通訳

セミナー
サポート

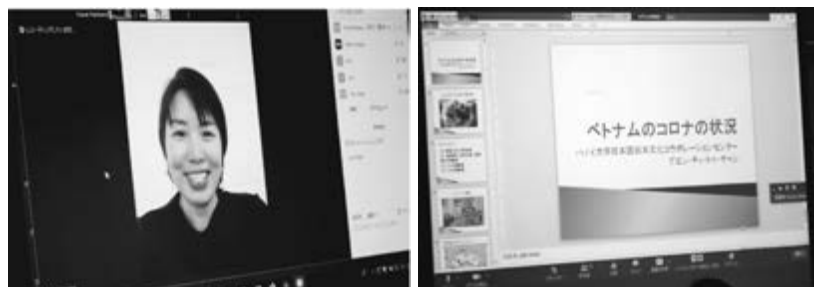
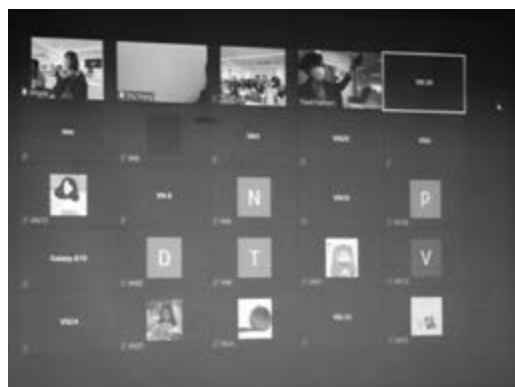
コロナ渦 日本とベトナムのオンライン交流 ハノイ大学/日本語日本文化コラボレーションセンター& 横浜国際看護専門学校

2021.2.24~26

レポート：株式会社トラベル・パートナーズ

2021年2月24日(水)~26日(金)の3日間、IMS横浜国際看護専門学校は、ハノイ大学日本語日本文化コラボレーションセンターの協力で、『日本にいながら海外研修&国際交流』のイベントを開催いたしました。IMS横浜国際看護専門学校は、学生たちに異文化理解を深め、広い視野での看護を提供できる看護師になってもらいたいという深い思いがあります。通常ならば、海外研修を行い、現地での交流を通じて、異文化理解を体得するのですが、昨今のコロナ事情により、なかなか実現できません。それもままならぬ今回のこの大きなイベントを実施する運びとなりました。企画・手配はトラベル・パートナーズですが、教員の方々の熱い思いや、関係各所の協力なしでは実現できない、初めての試みとなりました。学生たちは、事前学習を経て今回の3日間のイベントを体験しました。その2日目は、ベトナムDay。ベトナム料理のランチを食べたり、ハノイの旧市街や軍事博物館を動画で紹介したり、ハノイ大学とオンラインの国際交流を実施いたしました。ここに、ハノイ大学の日本語を勉強している学生とのオンラインでの国際交流の様子をお伝えいたします。

ベトナムハノイでは、ちょうどこのイベントの数日前に新型コロナウイルスによる死者が出て、急遽ロックダウン状態に。当初予定していた、通信環境の整った大学に、学生が一堂に集まってZoomにエントリーして交流するという方法が、とれなくなりました。それでも、何とかしてこの交流をやり遂げるため、学生各自が『ステイホーム』中に、自宅でエントリーしてつなげる方法へ切り替えました。通信環境の不安定さへの懸念もありましたので、ハノ



イの学生たちは、各自の画像を出さずに、節約通信モードでの開始となりました。日本サイドの学生は一つの大画面を見ながらの交流です。

まず初めに、ハノイ大学日本語・文化コラボレーションセンター所長のフォン先生よりご挨拶をいただき、次に担当者であるチャン先生に、ベトナムのコロナの状況についての説明をいただきました。お二人は、大学にいらっしやだったので画像付き。日本サイドの学生さんたちは、お二人のきれいな日本語に少し驚いていたと思います。

次に、日本側の学生2~3グループがプレゼンテーションを行います。少し緊張しながらも、日本で今流行している歌や、アニメ、トレンドの紹介や、学校生活の1日を動画に撮影したりと、各グループ

が一生懸命パワーポイントを工夫して作成し、頑張りました。



日本側のプレゼンテーションが終わると次は、ハノイ側の学生からのプレゼンテーションです。ハノイ大学での学生生活や行事、民族衣装のお話、アオザイを今の流行に取り入れたファッションについてなど、とても流暢な日本語で説明してくれました。大学生生活の紹介の中で、ハノイ大学の学生が机にひれ伏して寝てしまっている画像が出ると、日本の学生からはつい、笑みがこぼれます。アオザイを今風に着こなしたファッションの紹介では、女性から『わあ〜』っという声が漏れます。『素敵! 私も着てみたい』と思った瞬間かな? 国が違えども、学生は皆一緒。双方に共通するこの共感がとても大切ではないかなと、ふと感じた場面でした。



お互いのプレゼンテーションを終えると、双方に事前に配布してあった番号札を使って、ランダムに学生を当てて、双方でキャッチボール式にQ&A。いつ当たるかわからない、ドキドキ感を味わいつつ、質問と返答のやり取りが続きました。ハノイ大学の学生は、本当に日本語がクリアで上手。皆一生懸命努力して日本

語を習得しているのだということに、日本側の学生たちも何か感じるものがあつたはず。とはいえ、お互い顔もよくわからず、このままお別れでは、なんだかさみしい。ということで、最後に、日本側の大画面の前に学生が集まって、画面を囲んで写真を撮ることに。この時だけは、ハノイ大学の学生も顔出しました。相手側の画像が出ると、日本側の学生たちは大盛り上がり。ハノイ大学の学生は、本当にかわいらしく、おしゃれで、何も日本人の学生と変わらない。やはり百聞は一見に如かず、お互いの顔が見えると、ついついはしゃぎたくなるものですね。オンライン接続がダウンすることもなく、和気あいあいとした雰囲気の中、全員で集合写真を撮って、手を振ってお別れ、無事終了しました。

やはり、交流は、顔が出ているとますます相手を知りたい、理解したいと思える、こうして、お互いに歩み寄って、次回は現地で、対面で会えたら素敵だなと、皆が感じた時間となりました。

ベトナムの大学での日本語教育 ハノイ国家大学 外国語大学 日本語学部 [日本語プレゼン講座]

ITコンサルタント・海外進出コンサルタント

森 忍氏

ハノイ国家大学 外国語大学 日本語学部 内野英治講師が担当している4年生の前期工程授業の中に「日本語プレゼン講座」という授業があります。本授業は、前期工程の中で3つの課題をこなしながら、日本語におけるプレゼンスキルの向上を図っていくというものです。1回目の課題は、「私の夢について発表する」 2回目の課題は、「旅行代理店として、ベトナムに駐在している日本人家族に対して旅行ツアー企画のプレゼンを行う」 3回目の課題は、「企業調査とインタビューを行いその企業の紹介を行う」というものです。

例年3回目の企業インタビューは、ハノイ市内および近郊の日系企業や日本とビジネスを行っている企業を訪問し、会社の業務内容等を直接対面でヒアリングしていました。

しかし、現在のコロナ禍において、ハノイ市においても行動規制等の影響を受け、直接の企業訪問ができない状況になっています。

そこで、今年、対面による企業訪問の代わりにオンライン形式で企業インタビューを実施することになりました。また、オンラインによる企業インタビューであれば、企業の所在地の制約を受けずに実施できるとなり、在日本の企業にも協力の依頼を試みようとなりました。

そこで、内野先生の知人であるベトナム協会会員の私（森 忍）に相談があり、ベトナム協会の呼びかけに、ゼンショーベトナム、USOLベトナム、Pan Servicesの3社にご協力頂きました。





各社には、学生5～6名で構成されたチームで、学生が直接各社にメールでアポイントを取り、11月下旬から12月初めにオンラインインタビューを行いました。本番前に学生たちは、ホームページ等から事業内容、同業他社などの調査を行い、ヒアリングしたい内容をまとめて、インタビューに臨みました。

各社のインタビュー時間は30分～1時間程度、学生主導で進められ、インタビューで得た情報を基に学生は企業紹介のプレゼン資料を作成し、12月の2週目にオンラインで発表が行われ、内容や日本語、着眼点等が評価されました。

例年、企業訪問を受けて頂ける企業は、IT企業が多かったのですが、今回は飲食業や清掃業などの普段学生が接する機会が少ない企業にご協力を得ることができて、有意義な授業になったと内野先生も喜んでおられました。

次回以降も日本語を学ぶベトナム人学生達のために可能な限り日本人、日本企業と会話ができる機会を提供していけたらと思います。

今回、ご協力いただきました企業様ありがとうございました。

ハノイ国家大学 外国語大学
日本語学部
【日本語プレゼン授業】講師 内野英治先生

【学生報告書 抜粋・一部編集】
訪問 Pan Services 社 (日本ハウズイング株)
訪問 The Fist One Jsc

Pan Services 社

PAN Services 会社

2021 06/12

会社訪問

おにぎりチーム

米崎様
副社長
PAN Services ハノイ

河田様
財務経理部長
PAN Services
ホーチミン市

おにぎりチーム

Tran Thao Van Tran Ha Phuong Lo Thi Linh

PAN サービス

- 業界: 清掃サービス、建物管理
- 従業員数: 5000名
- 住所:
 - HEI D Building, K3B Lane, 12, Long Ha Street, Thanh Cong Ward, Ba Dinh District, Ha Noi
 - 12th Floor, 194 Golden Building, 473 Dien Bien Phu Str, Ward 25, Binh Thanh Dist., HCMC

目次

- ① 会社訪問の活動
 - ・目標
 - ・参加会社
 - ・参加者
- ② 会社について
 - ・2社紹介
 - ・作業環境
 - ・将来展開
- ③ 学んだこと

PAN ゲーム

社員旅行

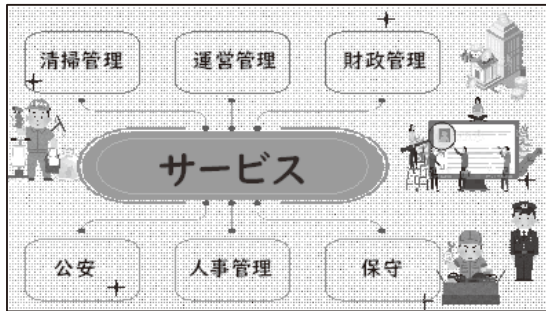
新年会
忘年会

目標

- ① ベトナムで日本企業の労働環境を理解するのを
- ② キャリアオリエンテーション
- ③ 会社の採用計画と開発計画を知る

建物管理

- 市街地管理
- マンション管理
- 事務所建物管理
- トレードセンター管理



The Fist One Jsc

THE FIST ONE JSC

- ・業界: IT
- ・業員数: 70名
- ・住所: 0 FIDMBig, 8 Ton That Thuyet, Nam Tu Liem, Ha Noi, Vietnam

まとめ	PAN SERVICES	THE FRIST ONE
事業内容 +	清掃 建物管理	システム開発事業 BPO事業
募集	<ul style="list-style-type: none"> ・ 建物管理長+技師長 ・ 受付 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開発部分 ・ ビデオ部分
要件	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本語のレベル: JLPT N2 ・ 専門の知識がある ・ 経験がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本語のレベル: JLPT N2 ・ 専門の知識がある ・ 経験がある
募集ウェブ サイト リンク	https://pan-services.com/vietnam/kyan-diem/	https://thefirstone.jp/vietnam-dung/ https://www.facebook.com/thefirstonevietnam/

祝日

食べ物紹介

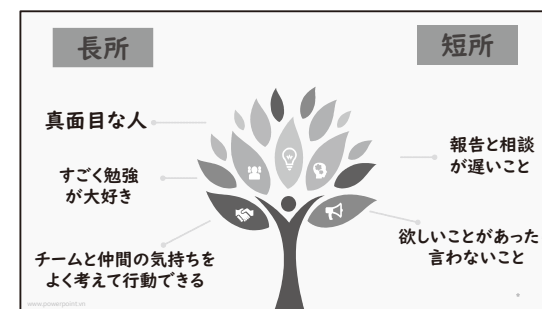
準備のこと

- ・ 日本語のレベル: JLPT N3, N2
- ・ 明るい
- ・ 熱心がある

THE FIST ONE JSC

- ・業界: IT
- ・業員数: 70名
- ・住所: 10F IDMBig, 18 Ton That Thuyet, Nam Tu Liem, Ha Noi, Vietnam

学んだこと



両社の強み

強み

PAN サービス

高品質なサービス

THE FIST ONE JSC

日本語を話せるスタッフ

- 日本語を勉強
- 仕事マナー
- チームワーク
- 時間厳守
- 責任を持つ
- 熱心・堅苦しい・謙遜な態度
- 言わなければならない

神田外語大学主催 第15回ベトナム語スピーチコンテスト

開催場所 神田外語大学（Zoomによるオンライン開催）

開催時間 2021年11月6日12:30-17:00

参加校：亜細亜大学・大阪大学・国士館大学・昭和女子大学・大東文化大学・関東国際高等学校・
神田外語学院・神田外語大学

後援：駐日ベトナム社会主義共和国大使館・ベトナムの声放送

協賛：イオン（株）、（株）三進インターナショナル、SANSHIN VIETNAM JSC、（株）ロッテ

審査員：ヴー・ティ・リエン・フォン氏（駐日ベトナム社会主義共和国大使館二等書記官）

ヴィ・マイン・フン氏（ベトナムの声放送局東京支局長）

グエン・トゥ・ラン氏（ホーチミン市国家大学人文社会科学大学講師）

課題詩2篇（カテゴリーA：詩の朗読部門）

① Mẹ tôi chửi kẻ trộm (Tòng Văn Hân)

「母が泥棒をののしる」（トン・ヴァン・ハン作）

② Hò hẹn mãi cuối cùng em cũng đến (Hoàng Nhuận Cầm)

「約束のあと、やっと君は来た」（ホアン・ニュアン・カム作）



スピーチテーマ（カテゴリーB～D：スピーチ部門）

テーマ 1

日本とベトナムの経済関係と友好関係を強化し発展させるために、私たちは何をすべきだとあなたは考えますか。

Chủ đề 1:

Về mối quan hệ kinh tế và tình hữu nghị giữa Nhật Bản và Việt Nam, theo anh/ chị, chúng ta nên làm gì để mối quan hệ đó luôn bền vững và phát triển?

テーマ 2

ベトナム語・ベトナム学を専攻する学生として、ベトナム語を自身のキャリア・アドバンテージにするためにあなたは何をすべきだと思いますか。

Chủ đề 2:

Là sinh viên chuyên ngành Việt ngữ/ Việt Nam học, anh/ chị cần làm gì để tiếng Việt thực sự trở thành lợi thế nghề nghiệp của mình?

開会の辞：春日 淳氏 東南アジア三言語専攻長

挨拶：ヴー・ティ・リエン・フォン氏（駐日ベトナム社会主義共和国大使館二等書記官）

表彰状授与・閉会の辞： 宮内 孝久 学長

各賞受賞者

○最優秀賞【詩の朗読部門：カテゴリーA】 宮本 太陽（大阪大学）

○最優秀賞【スピーチ部門：カテゴリーB～D】 清水 輝（国士館大学）【カテゴリー B】

【各カテゴリー入賞者】

カテゴリーA【詩の朗読部門】（1年生、高校生：エントリー8名）

1位 倉島 志月（大阪大学）

2位 小椋 美結（昭和女子大学）

3位 石井 晃（関東国際高等学校）

カテゴリーB【スピーチ部門】（2年生：エントリー6名）

1位 新藤ナホカ（昭和女子大学）

2位 松井 朱里（神田外語学院）

3位 新 咲紅（神田外語学院）

カテゴリーC【留学未経験者3・4年生のスピーチ部門】（エントリー2名）

1位 三平 萌絵（神田外語大学）

2位 小倉 春華（神田外語大学）

カテゴリーD【留学経験者3・4年生のスピーチ部門】（エントリー2名）

1位 木下 栞（神田外語大学）

2位 黒保 奈那（昭和女子大学）



～～ 掲 示 板 ～～

新入会員ご紹介 (2021年1月1日～2021年12月31日入会) 敬称略 入会順

法人会員	・GKアセットマネジメント(株)	・花王(株)		
個人会員	・佐藤 健二	・玉川 雅之	・宇野 洋之	・グエン ティ タン トウイ
	・佐藤 勝康			

会員名簿

2021年5月17日現在 敬称略

法人会員 29社・団体

アイデックス社会保険労務士法人	(埼玉県春日部市)
一般財団法人アジア会館	(東京都港区)
いすゞ自動車(株)	(東京都品川区)
オプテックス(株)	(滋賀県大津市)
花王(株)	(東京都中央区)
(株)学生情報センター	(東京都渋谷区)
(株)柿生電設	(東京都町田市)
KDジャパン(株)	(東京都中央区)
(株)グローバルトラストネットワークス	(東京都豊島区)
(株)会計BANK	(東京都新宿区)
(株)CRIグローバル	(群馬県前橋市)
GKアセットマネジメント(株)	(東京都中央区)
住友商事(株)	(東京都中央区)
東急(株)	(東京都渋谷区)
東京放送ホールディングス(株)	(東京都港区)
トヨタ自動車(株)	(名古屋市中村区)
西川産業(株)	(大阪市淀川区)
日本工営(株)	(東京都千代田区)
日本ハウズイング(株)	(東京都新宿区)
日本ユニシス(株)	(東京都江東区)
日野自動車(株)	(東京都日野市)
(株)平山	(東京都港区)
広島トヨタ自動車(株)	(広島県広島市)
富士国際ビジネス専門学校	(東京都文京区)
(学) 松山学園	(千葉県松戸市)
三井石油開発(株)	(東京都港区)
三井物産(株)	(東京都千代田区)
MIRAI(株)	(東京都港区)
(学) メイ・ウシヤマ学園	(東京都港区)

個人会員 95名 (内訳省略)

新役員ご紹介

理 事	市川匡四郎氏	IBC Vietnam Co.,Ltd. 代表
理 事	北川 浩伸氏	日本貿易振興機構理事 日本食品海外プロモーションセンター執行役

公益社団法人ベトナム協会 役員名簿

(2021年 8月25日現在)

* 業務執行理事

代表理事	会 長	山中 祥弘	(学校法人メイ・ウシヤマ学園 理事長)
理 事*	副会長	湯下 博之	(元 在ベトナム日本国大使 民間外交推進協会専務理事)
理 事*	専 務	手嶋 皓二	(当協会事務局長 ハリウッド大学院大学 客員教授)
理 事*	常 務	小川 弘行	(当協会事務局長代理・(一財) 国際教育協会理事)
理 事		東 直樹	(元 住友商事(株) 地域統括・調査部長)
理 事		市川匡四郎	(IBC Vietnam 代表)
理 事		入江 祥史	(東京都立高校 教諭)
理 事		梅田 邦夫	(前 在ベトナム日本国大使 (株)日本経済研究所上席研究主幹)
理 事		北川 浩伸	(JETRO理事日本食品海外プロモーションセンター執行役)
理 事		木村 憲	((公社) シャンディ国際ボランティア会 代議員)
理 事		小池 聡	(ベジタリア(株) 代表取締役社長)
理 事		貞弘 真理	(ISC(株) 代表取締役)
理 事		坪井 善明	(早稲田大学 名誉教授)
理 事		宮崎 洋一	(トヨタ自動車(株) アジア本部 本部長)
理 事		守部 裕行	(元 日本貿易振興機構ハノイ事務所長)
監 事		齋藤 淳	(株)コーエイリサーチ&コンサルティング 執行役員総務部長)
監 事		吉成 正樹	(アイデックス社会保険労務士法人 代表社員)

名誉顧問		ヴー ホム ナム(駐日ベトナム国特命全権大使)
顧 問		小倉 和夫 (元 国際交流基金 理事長)
参 与		泉 洸 (元 当協会事務局長)
参 与		金子 熊夫 (元 東海大学 教授)
参 与		長谷川 慎 (トヨタ自動車(株) 事業業務部 主査)

メールアドレス未登録会員様には、是非ご登録をお願いします。

メールアドレスご登録会員の皆様へは、6月以降下記の情報配信させていただきました。

メールアドレスのご登録がお済でない会員・賛助会員（ベトナムとご関係がある団体）の皆様は、是非下記メールアドレスまでご連絡ください。またアドレスを変更した場合もお願いします。

最近メール情報配信【事業報告】・【情報共有】した項目一覧

- 【情報共有】ベトナムライチ特別販売
- 【事業報告】ベトナムニュース6月号
- 【事業報告】ベトナム人留学生実態調査アンケート 設問募集
- 【情報共有】VYSAスピーチコンテスト開催
- 【情報共有】技能実習生制度-不正行為撲滅キャンペーン
- 【事業報告】ベトナムニュース7月号
- 【事業報告】<コロナ禍>ベトナム人留学生生活実態調査報告
- 【情報共有】日本語教師の資格・類型化に関するパブリックコメント
- 【事業報告】ベトナムニュース8月号
- 【情報共有】YouTubeベトナムに学ぶ対中戦略等 梅田理事出演
- 【情報共有】税所哲郎氏著 アジアの情報通信産業と産業クラスター
- 【事業報告】ベトナム人大学生との日本語会話交流
- 【情報共有】「自然の同盟国」日本とベトナム 梅田理事出演
- 【情報共有】安間幸甫氏著「蘇る日越史 仏印ベトナム物語の100年」
- 【事業報告】ベトナムニュース9月号
- 【事業中間報告】日本語会話トレーニング
- 【情報共有】ベトナムフェスティバルの開催
- 【情報共有】ベトナムからの留学生動き出す
- 【情報共有】ベトナムのコロナ状況
- 【事業報告】ベトナムニュース10月号
- 【情報共有】特定技能14分野オンライン面接会 入管局主催
- 【情報共有】日越大学ポスター
- 【情報共有】ベトナム首脳来日予定
- 【事業中間報告】日本語を現地の大学で学ぶ学生とのリモート会話交流
- 【情報共有】ハノイの都市鉄道開業
- 【情報共有】～医療的ケアを必要とする現場での医療職と介護職との連携～
- 【情報共有】ベトナムフェスティバル2021
- 【事業報告】ハノイ大学学生と日本語会話
- 【情報共有】ベトナムチン首相 JETRO主催投資カンファレンス
- 【事業報告】ベトナムニュース11月号
- 【情報共有】zoomウェルビー 外国ルーツの子供たちの学びと未来・・・
- 【情報共有】ベトナムの工芸品やギフト品オンライン展示会
- 【情報共有】ベトナムフェスティバル
- 【情報共有】ベトナム人宇都宮大学研究生として来日までの日記
- 【情報共有】賑わうベトナムフェスティバル初日
- 【情報共有】ベトナム全国ネットで配信されたベトナムフェスティバル
- 【情報共有】日本・ベトナム環境ウィーク 日本アセアンセンター
- 【情報共有】VTV4「ジャパンリンク」12月12日放送分
- 【情報共有】ベトナム映画「草原に黄色い花を見つける」
- 【情報共有】ベトナム貿易振興庁からオンラインセミナーのお知らせ

メールアドレスのご登録 変更等は

ogawa1305@yahoo.co.jp ベトナム協会 常務理事 小川弘行までご連絡ください。

あとがき

新型コロナの長期化から、あらゆる分野でオンライン交流が普通になりました。「VJCT ボランティア日本語会話トレーニング事業」もその流れの中で誕生しました。ベトナムで日本語を学ぶベトナム人大学生と応募頂いた日本人の先生、双方に予想を超えた良い効果が出現しています。日本語能力試験（JLPT）には、会話の試験項目が無く、N2 取得者でも日本人との会話は初めてという人もいます。学んだ日本語が通じることで自信が身に付き、先生は、真面目で意欲的な学生に驚き、ベトナム教師の日（11月20日）には、ベトナム流で学生から先生に感謝のメッセージがたくさん送られ、ベトナムの文化を直接肌で感じとても感激したと。2か月ワンクールで既に60名を超える学生と毎週日本語の会話を行っています。将来の両国友好はこの若者たちに託されると思えば、この人脈がどんな環境をも乗り越えた日越交流につながるのだと思います。

ご関心をお持ち頂いた方はぜひお問い合わせください。

事務局

ベトナム 2021-2022

2022（令和4年）2月発行

発行所 公益社団法人 ベトナム協会

発行責任者 山中 祥弘

編集責任者 小川 弘行

〒106-0032 東京都港区六本木6-2-33
六本木ヒルズノースタワー アネックスビル 3F

TEL/FAX 03-3403-3449

印刷（株）ポートサイド印刷

〒236-0002 横浜市金沢区島浜町16-2

TEL 045-776-2671 FAX 045-778-2678