

□ ■ ベトナムの持続可能な電気自動車配車サービス ■ □



こんにちは。島根ビジネスサポートオフィスの柴田です。

環境への意識の高まりや、それに伴う世界的な環境関連の規制強化により、近年電気自動車への関心、需要は高まっており、多くの自動車ブランドがこの市場に参入をしています。

ベトナム国内、の特にハノイやホーチミンなどの都市部でも、大気汚染に対する意識が高まっており、持続可能な交通手段への需要が高まっています。海外の自動車メーカーも EV 市場に参入、投資を積極的に行っています。そんな中で現在注目を集めているのが、「XANH SM」という電気自動車（EV）の配車サービスです。この記事では、XANH SM の特徴や利点、ベトナムでの普及状況についてご紹介いたします。

【XANH SM (Green Taxi SM) の概要】

このタクシーサービスを運営する GMS 社は、ベトナム最大の民間コンглоメイトである Vingroup の創業者であり、現取締役会長の Phạm Nhật Vượng（ファム・ニャット・ブオン）により設立されました。この GMS 社が、試験導入を経て 2023 年 4 月 14 日からハノイで正式に提供を開始したのが、XANH SM（英語名：Green Taxi SM）という配車サービスです。

サービス自体は東南アジアで広く普及している「Grab」や「Gojek」やベトナムローカルの「be」というなどがありますが、XANH SM の最大の特徴として挙げられるのが、車両は全て、Vingroup の自動車部門である VinFast 社製の電気自動車を利用しているという点です。同社はこのタクシーサービス以外にも、VinFast の電気自動車や電動バイクのレンタルサービスを展開しており、ベトナム国内でレンタル、タクシーサービスにおいて EV に特化した初めての会社です。

電気自動車のみを使用しているため、環境への不可を最小限に抑え、大気汚染や騒音問題の軽減に貢献しており、今後も同サービスのさらなる普及が期待されています。

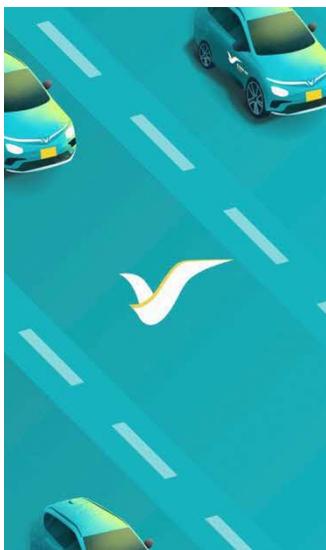
【サービスの特徴】

最大の特徴は、前述の通り、同サービスで使用されるのは全て VinFast 社の電気自動車であるという点です。VF e34、VF 8、VF 5 Plus の 3 つの車種が用意されていますが、車両は鮮やかなペパーミントグリーンのような色で統一されており、市内を歩いても非常に目に付きます。



ベトナムの流しのタクシーは、ぼったくりに合う危険性や行き先を伝える際のコミュニケーションの問題などがあります。Grab などの配車サービスは、アプリを通して事前に予約、行き先の指定ができ、予約時に金額も確定されるため、コミュニケーションの問題は少ないです。しかし、配車される車両の清潔さはバラバラで、ドライバーの教育も徹底されていないのが現状です。

XINH SM は予約システム自体はその他の配車サービスと同様に、アプリから行き先などを指定するシステムですが、サービスの提供開始から間もないということもありますが、使用される車両は全て清潔に保たれており、ドライバーによる車両の違いもありません。車内のスペースも広々としており、走行音も静かなため、快適な移動が可能です。



また、GMS 社では、ドライバーの選考とトレーニングに非常に力を入れています。採用したドライバーに対し、継続的なトレーニングプログラムを提供しています。このプログラムを通して、ドライバーは利用客へのサービスやナビゲーション能力、コミュニケーション能力を鍛えることで、満足度の高いサービスの提供を徹底しています。利用客からのフィードバックも重視しており、利用後のレビューで何か問題があれば直ちに対応、改善に努めています。

高いサービスの質を保ちながらも、サービスの最初の 1km の利用料金は 20,000 ドン（日本円で約 122 円）と、その他の配車サービスと大きな差がないことも、ベトナムの方に好評な要因の 1 つとなっています。

上記の通り、車両の快適さやドライバーのサービスの質の高さと価格とのバランスの良さから、4 月の提供開始以降、利用をしたお客さんからは非常に高い評価を受けています。アプリを配信している App Store のレビューでは、404 件の評価で 4.7 ポイントを記録しており、非常に満足度の高いサービスとなっています。

【その他のサービスの展開について】



今回は電気自動車のサービスについてご紹介をいたしました。2023年8月からは「Xanh SM Bike」という電動バイクタクシーの配車サービスも開始をしています。交通渋滞の多いベトナムでは、日本で言うところの原付きバイクの後ろに乗客を乗せて走るバイクタクシーが広く利用されていますが、その電動バイク版になります。

こちらのサービスも8月14日にハノイを皮切りに提供が開始されており、現在はホーチミンを加えた2都市で展開をしています。GMSは今年中に5つの省と都市での同サービスの提供を目標としています。

その他にも、通常の配車サービスよりもグレードの高い、ラグジュアークラスのモデルを配車する「Xanh SM LUXURY」や、「Xanh2 School」という、学校への通学のため、自宅から学校までの送迎ルートを固定し、保護者が常に現在地が確認可能、下車時に写真と一緒にレポートが入るなどといった付属のサービスを提供することで保護者への安心感を与えています。また、Xanh 2 Schoolのサービスでは、学生の乗り合いも可能なため、通学時に各家庭が車を利用する必要がなくなるため、通学時間帯の交通量の削減による渋滞の緩和とそれによる環境面への影響にも期待ができます。

同サービスのアプリに登録するには、現状はベトナムの電話番号が必要なため、日本から旅行で訪れる際の利用は難しいですが、今後は、配車サービスを軸に、Xanh SM Bike やその他のサービスの対応エリアを拡大していく方針で、ベトナムでの電動自動車の普及や環境対策において大きな役割を担う同社の動きに注目が集まります。



□ ■ タイ企業インタビュー ■ □

～日系企業との取引に関心のあるタイ現地企業をご紹介します～

THAI LUSTER PRODUCTS CO., LTD.

タイラスタープロダクツ株式会社



■ 御社について

1. 御社の歴史や企業理念、企業全体像（従業員数や業種）

弊社は家電製品向けワイヤーハーネス製造を目的に 1991 年に設立されたタイ資本 100%の会社です。私自身、大学で電気分野を学び、車両用ワイヤーハーネス組立の経験がありました。また日本でワイヤーハーネス加工の研修を受けたこともあります。当時、タイ国内ではワイヤーハーネス加工に取り組む企業は日本企業など外国企業のみと少なく、ワイヤーハーネス加工・組立技術をタイに持ち帰りビジネスチャンスにつなげようと思い会社を設立しました。

当時の顧客はタイや日本のエアコン組立企業が多く、その後、顧客層は日本製の洗濯機や冷蔵庫など家電製品を扱う企業に拡大していき信頼を築いてきました。

昔は、バンブリーやサムットプラカーンを拠点にしていますが、10年後に生産場所を拡大するためアマタナコン工業団地に工場を設立しました。同工業団地で家電製品組立を行っている顧客に対しては納品が簡単になり弊社への信頼が増したのに加え、敷地面積が広がったことによる生産性の向上により、競合他社より優位にたてていると思います。町から離れた工業団地にありますが、おかげさまで約600人の従業員がいます。



ワイヤーハーネス（エアコン用）

2. 大切にしている経営方針について

弊社は製品開発、サービス提供、従業員の育成にあたり、QCD (Quality Cost and Delivery)を大切にしています。次に合理的であることです。原料や構成部品の変更により製品価格に影響が出る場合、事前に顧客に連絡します。顧客からの許可無しに原料を変更してワイヤーハーネス組み立てることはありません。他の点ですが、次回のオーダーにつながるよう、顧客が要望するタイミングにあわせて納品することです。弊社の利点は、工業団地に拠点があるため顧客への納品が簡単である点です。現在ではお客様のJust in timeにお届けできるよう24時間の納品サービスを提供しています。

社員教育では社内研修に力を入れています。パートナー社から出される指示書は変更されることも多く、それらの指示内容に対応できる知識や能力を身に着けられるようサポートします。バンコクのバンナーに研修場を設けていて、従業員はいつもと違う環境で研修を受けることができます。さらなる製造開発と技術が必要となる将来に備えるため、ソフトスキルとハードスキルを従業員が段階的に磨けるよう2年間にわたり継続的に研修を行っています。

3. タイ国内のワイヤーハーネス事業や電機業界のビジネスチャンスや挑戦

はじめの頃、タイ国内のワイヤーハーネス事業は日本とタイ企業の2グループが主流でした。その後、韓国や、中国企業が参入してきました。それで、タイ企業にとっては競合相手の外国企業に勝つことが挑戦となっています。

タイ国内で家電製品を製造している日本企業向けワイヤーハーネスの市場シェアが示しているとおり、現在、弊社の品質はタイ国内でもトップレベルであり、日本企業と同等レベルです。東南アジア各国に製造拠点が分散されつつある中でも、弊社へのオーダーは増加しているので特に影響は受けておらず、大半のパートナー社に生産拠点をタイから他国へ移転させるという動向もみられません。弊社製品への信頼は、パートナー社の生産拠点移転問題からの影響を最小限に抑えてくれています。

4. コロナ禍での社内管理や社内業務で直面した問題

コロナ禍で原料を入手するのに苦労しました。また、原料や輸送価格の高騰に加え、部品の欠品や顧客の事業閉鎖など原料入手先と製品販売先双方に問題が生じました。

コロナ感染拡大時は、従業員の安全を守るためタイ保健省の指示にしっかりと従いました。社内掲示板ではなく、オンラインで更新された情報を確認できるようにし、全従業員に情報を周知しました。結果、効果的に社内感染を抑制でき、タイ保健省が事業閉鎖すべきとする基準感染者数に到達することなく、事業を継続することができました。お陰で、既存顧客からの信頼を築き、新規顧客開拓の基礎をすえることもできました。また、全社員が迅速にワクチン接種できるよう取り組みました。

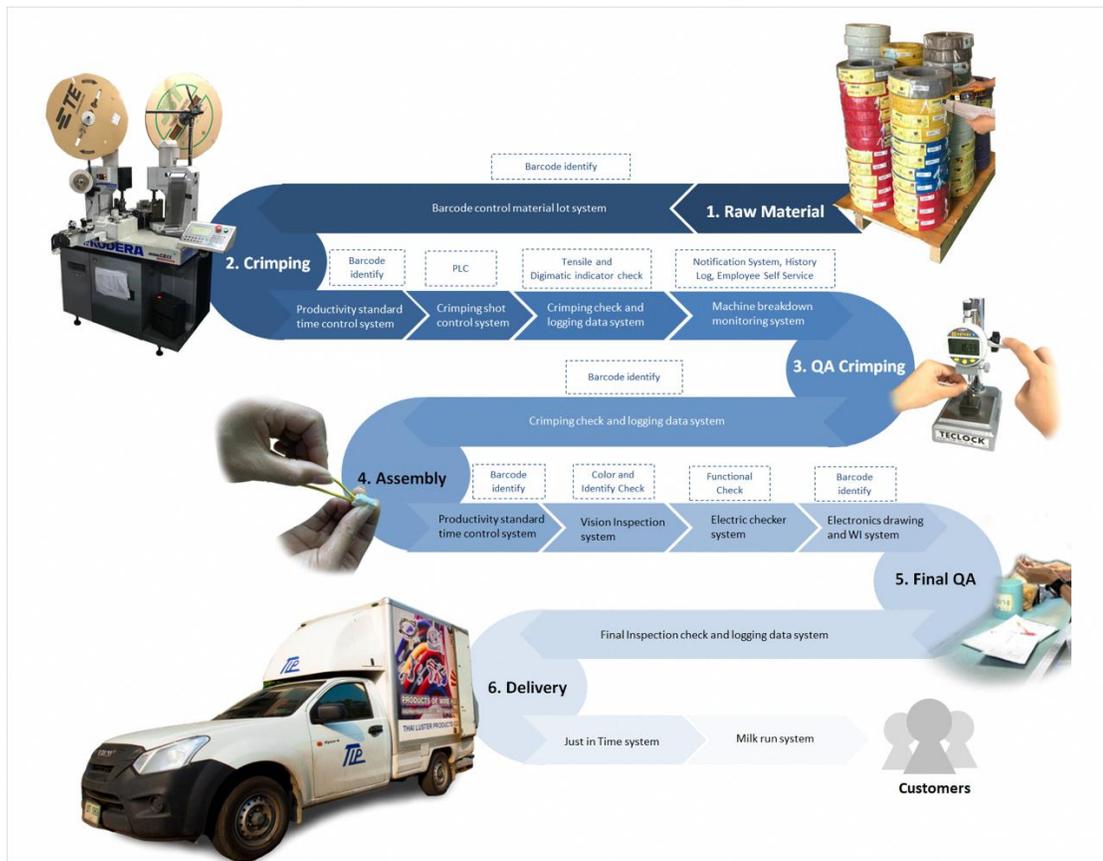
■ 御社のサービスについて

5. 御社のサービスと製品について

弊社はエアコン、洗濯機、冷蔵庫といった家電製品のワイヤーハーネスを製造します。顧客の要望にあわせオーダーメイドで対応しています。また顧客に安心いただけるよう ISO9001 と ISO14001 を取得しています。

オーダー受領後、製造に入る前に、弊社で試作品を作りお客様に品質など確認頂きます。

日本製電化製品を取り扱っている企業へのワイヤーハーネスを販売が大半で、販売先がタイ国内あるいは海外で製造や販売を行っています。



TLPの品質マネージメントシステム

6. 御社のサービス及び製品の強みについて

弊社製品は高品質、中・高電圧に耐えることができます。そして24時間納品に対応しています。



TLPの製品・納品管理

■ ビジネスの展望

7. 外国企業とりわけ日系企業とのビジネスについて

日系企業とは長期にわたりビジネスを行い、たくさんのビジネスチャンスを頂いています。コスト低減や知識の共有に関しても交渉してきました。日系企業は知識と技術力を共有するシステムを備えています。弊社のパートナー企業も日本から継続的に支援やアドバイスを受けているお陰で、タイ側も様々な面での発展や調達業務のシステムづくりなど各ステップごとに成長を続けています。コロナ禍により、原料のコスト高を吸収できなくなりましたが、日系企業からの製造原価の交渉、弊社への原料送付手段確保、またコスト吸収といったサポートによりコロナ禍においても経営を続けることができました。

8. 弊社製品の輸出入について

弊社は第二次産業となり、弊社製品は取引先で加工や組立がされます。製品として輸出できるものはありません。原料はシンガポール、香港、中国、日本などから輸入しています。製造過程で使用する自動クリッピングマシンや半自動カッティングマシンなどは品質や正確性に優れ、耐久性がある機械を日本から輸入しています。

9. 外資企業とのビジネス提携の展望

現在、タイの医療機器業界では日本企業が手術室で使用する血液ポンプといった医療用機器のワイヤーハーネスの製造を開始しています。これらのワイヤーハーネスは確実に信号送信ができるよう優れた品質が求められます。将来的には弊社も当業界で求める品質に対応した製品を製造できるようになりたいと考えています。

10. 御社とのビジネス提携のメリット

弊社はワイヤーハーネス製造において長年の経験を積んでいます。パートナーや提携先企業には弊社製品を信頼いただいていますし、納品も期日厳守で行います。タイ資本 100%企業のため日系企業のような高い人件費など、そういった運営や営業の費用を抑えることができ、競合他社と比較してコストもかなり削減できます。その上で、優れた品質と価格で製品を提供させていただきます。



TLP の工程管理

11. 今後の技術・機械導入の予定

製造失敗物を減らすため新たな機械導入も検討しています。製造工程のさらなる自動化や、より多くの受注に対応できるよう、製品の種類を増やすなど生産力の強化をはかりたいと思います。

12. 今後のビジネス計画について

現在の工場拡張が難しいため、他の工業団地あるいはベトナムも視野にいれて工場新設を検討中です。ベトナムに移転した一部の顧客に対してサービスの利便性や迅速性を向上させるためです。

13. 日系企業へのアピール

弊社は 30 年以上にわたりワイヤーハーネスの製造に携わっているので、効率的な製品提供が可能です。取引先の多くが日系企業であることもその点を示しています。様々なタイプの製品製造のため、そして品質向上のため、人材育成や製造工程改善にいつでも取り掛かれます。真摯に、期日厳守で対応致します。高品質・リーズナブル価格のワイヤーハーネスをお探しであれば是非弊社までご連絡ください。



【企業概要】

企業名 : Thai Luster Products Co., Ltd.

設立日 : 1991年7月17日

事業内容 : ワイヤーハーネス製造

住所 : Amata City Chonburi 700/151 Moo 1, Bankao, Panthong, Chonburi 20160
THAILAND

Tel : (+66)38-213097-9

FAX : (+66)38-213133

Email (日本語対応) : mitsunaga@thailuster.com

URL (タイ語) : <http://www.thailuster.com/jp>

□ ■ 年齢別、タイ人の国内旅行トレンド ■ □



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、バンブーです。

現在、タイ人観光客の旅行トレンドは多様化が進んでいます。観光客の行動を理解し、それをビジネスに適用することは、観光業界がターゲットとする旅行者のニーズにあったサービスを提供するため、また新たなビジネスチャンスを開き出すために非常に重要です。

旅行先に何を求めるのか、というニーズは年齢層によって異なるトレンドがあります。今回は年齢別に、タイ人の旅行のトレンドを紹介したいと思います。

【10代～20代のトレンド】

- アクティブな体験：若いタイ人旅行者には、トレッキング、サーフィン、スキューバダイビングといったアクティビティができる旅行先が人気です。日常では体験できないアクティビティを通して新しいことを学び、楽しむことが重視されます。
- 写真映えスポット：タイではSNSの普及率が日本より高く、特に10代から20代の若者は、日々SNSで様々な情報を発信しています。そのため絶景スポットやインスタ映えするカフェの人気は非常に高いです。インパクトのある写真がとれる観光スポットやお店があるかどうかというのは、この年代のタイ人にとって旅先を決める重要な条件です。
- バジエツト重視：若い世代には金銭的な余裕がないため、予算は旅行において重要な要素です。バンコク近郊や自分の住むエリアの近郊で、リーズナブルな宿泊先や交通手段を考え、いかに旅行費を安く抑えられる目的地はどこか、というのも一般的な旅行の選び方の一つです。バックパッカーのようにリュック1つででかけたり、費用対効果の高い旅行プランが好まれます。





【20代～30代のトレンド】

- デジタルノマドとワーケーション: リモートワークの普及により、特に20代から30代のオフィスワーカーは、ワーケーションを楽しむ傾向があります。自分の住むエリアから離れ、美しい景色や訪れたことのない街での休暇と仕事を組み合わせることで、新鮮な環境で仕事に取り組むことができます。
- フोटジェニックな旅行スポット: 10代と同様にインスタグラムやその他のSNSはこの年代の方にもやはり人気が高く、美しい景色やユニークなスポットを求める旅行者が増えています。写真映えする場所での写真撮影が楽しみの一つとなっています。
- 食の探求とカルチャーツアー: 仕事を始め、自由に使えるお金が出てくるこの年代のタイ人は、食に対する好奇心が高く、現地の料理や食文化の体験を目的に旅行をする方も多いです。フードツアーやローカルの食堂での食事は特に人気です。

【30代～40代のトレンド】

- ラグジュアリーと快適さの追求: 30代から40代の旅行者は、より快適で贅沢な旅行体験を求める傾向があります。その結果、高級ホテル、スパリゾート、プライベートヴィラなどの宿泊施設を利用することで、非日常を体験することが好まれます。
- 家族旅行とマルチジェネレーション旅行: この年齢層では、子どもたちを連れて家族旅行や子どもと両親と、複数世代での旅行が増えています。親子や祖父母と孫の間での思い出づくりが重要視されます。
- カルチャーや歴史への関心: 旅行先の特有の文化や歴史に深い興味を持ち、歴史的な遺産や博物館を訪れ、文化的な体験を重視する方が多いです。





【40代～50代のトレンド】

- 文化・歴史・宗教への興味: この年齢層の旅行者は、文化的な体験や歴史的な場所への訪問に興味を持つことが多いです。寺院や歴史的な建造物、世界遺産などを訪れ、その土地の歴史や宗教的な側面を探求します。
- リラックスと癒しの旅: 仕事や家庭の忙しさから解放され、リラックスや癒しを求める旅行が好まれます。スパやウェルネスリゾート、温泉地などに行った、ウェルネスを重視した宿泊施設に止まり、日々の疲れからリフレッシュすること目的にした旅が好まれます。
- 一人旅と自己成長: 子供たちが成長し親元を離れたことで、時間に余裕ができた40代から50代の旅行者は、自分自身を再発見する旅に出る、というのが新たなトレンドになっています。旅行先での新しい経験を通して個人的成長を追求します。

【50代～60代のトレンド】

- 文化体験と歴史探求: この年代になると、仕事をリタイアした方も多く、時間に余裕ができることから、旅行先の文化や歴史の理解、体験のための旅行が好まれます。博物館や美術館、歴史的な名所を訪れて、現地の知識を深めることを楽しみます。
- シニア向けのグループ旅行: 安全や快適さを重視し、シニア向けのツアーグループに参加することが増えています。同世代の仲間と一緒に旅行することで、楽しさと安心感を共有します。





【60代以上のトレンド】

- カジュアルに楽しめるアクティビティ：ウォーキングや散策など、身体に大きな負担のかからないアクティビティを求める人が増えています。初めて訪れる観光地を、時間をかけてゆっくりと探索を楽しみます。
- 家族や友人との旅行：子どもや孫、気のおけない友人たちとの時間を過ごすことが、この年代の方には非常に重視されます。どこに行くかではなく、誰と行くかが大切であり、家族や友人との思い出づくりや絆を深めることが目的です。

【最後に】

年齢層ごとのタイ人の旅行トレンドを見ると、目的地や目的などに大きな違いがあります。それぞれのライフスタイルや健康状態、および社会の変化に従って形成される各年齢層の考え方に起因しています。年齢層ごとの旅行者のニーズ、消費行動を理解し、時代に応じた変化を把握することは、ビジネスの迅速な適応と独自性の向上につながります。



※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：神谷 靖子 Yasuko Kamiya

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 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------|-----------|----------|----------|----------|---------------|
| GDP 成長率 | 前年比ベ (%) | -6.2 | 1.8 | 2.7 | 2.2 (6月) |
| 人口* | 千人 | 68,152 | 68,161 | 69,922 | 70,023 (6月) |
| 労働者の数* | 千人 | 39,451 | 38,631 | 40,143 | 40,302 (6月) |
| 失業率** | % | 1.62 | 1.94 | 1.32 | 1.06 (6月) |
| 最低賃金* | バンコク | 331 | 331 | 353 | 353 |
| | チョンブリー | 336 | 336 | 354 | 354 |
| | アユタヤー | 325 | 325 | 343 | 343 |
| | ラヨン | 335 | 335 | 354 | 354 |
| 賃金：全国製造業の平均 | バーツ | 13,562 | 13,506 | 14,305 | 14,422 (6月) |
| インフレ率** | 前年比ベ (%) | -0.84 | 1.24 | 6.08 | 5.45 (4月) |
| 中央銀行政策金利* | % | 0.50 | 0.50 | 1.25 | 2.25 (8月) |
| 普通貯金率** | % | 0.31 | 0.25 | 0.28 | 0.39 (8月) |
| ローン金利 (MLR) ** | % | 5.60 | 5.42 | 5.50 | 6.69 (8月) |
| SET 指数* | 1975年：100 | 1,449.35 | 1,657.62 | 1,668.66 | 1,565.94 (8月) |
| バーツ/100円** | バーツ | 29.33 | 29.15 | 26.78 | 25.14 (8月) |
| バーツ/米ドル** | バーツ | 31.29 | 31.98 | 35.06 | 34.35 (8月) |
| 円/米ドル** | 円 | 106.8 | 109.8 | 131.38 | 136.83 (8月) |
| 車販売台数 (1月からの累計) | 台数 | 779,857 | 736,716 | 856,057 | 856,057 (22年) |
| BOI 認可プロジェクト | 件数 | 1,501 | 1,572 | 1,554 | 1,058 (6月) |
| BOI 認可プロジェクト金額 | 10億バーツ | 361.41 | 511.9 | 618.62 | 377.35 (6月) |

*期末、**平均