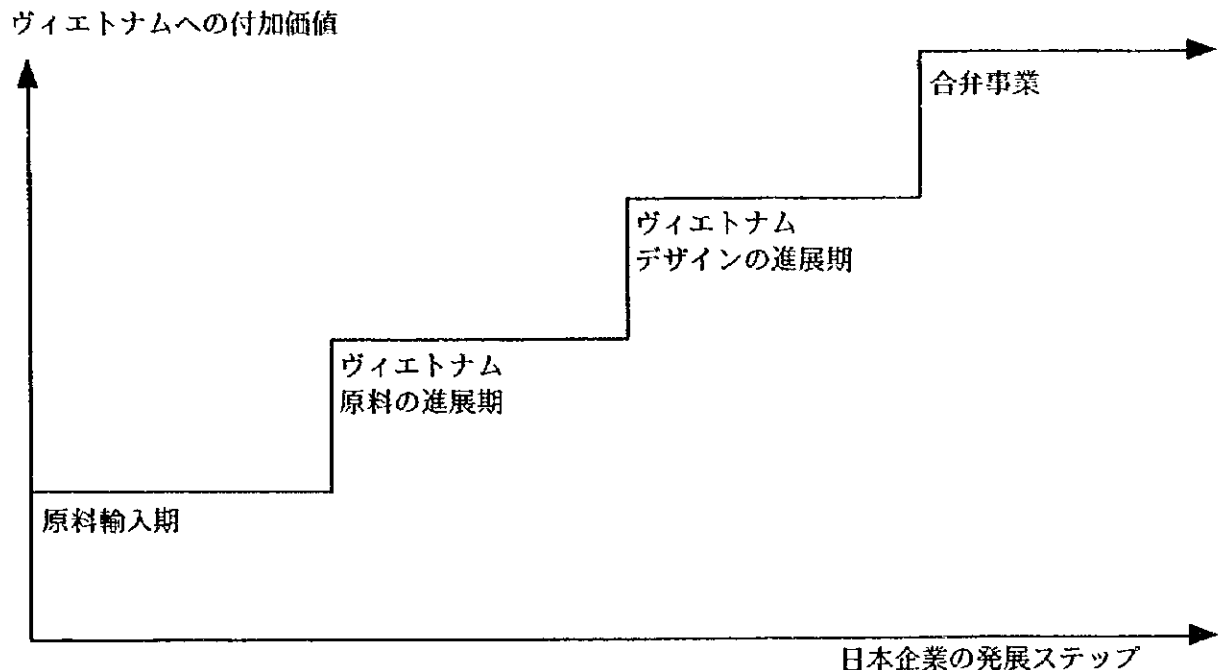


10. ヴィエトナム中小企業に対する対日輸出促進策

10.1. 委託加工の発展ステップ（綿衣類のケース）

図 10-1 発展ステップとヴィエトナムへの付加価値



(出所) 野村総合研究所作成

ヴィエトナムの産業統計 (SO LIEU CONG NGHIEP VIETNAM 1989~1993) によれば、生産金額に占める非国営企業比率の高い産業は、木材加工 7.7%、繊維 6.7%、金属加工 5.5% と繊維が 2 番目にあげられている。また、アンケートでも示されたように、民間中小企業では、委託加工方式の繊維輸出に従事するところが多い。しかし、外国からの委託加工方式はヴィエトナムに輸入の増大をもたらしているのではないかとの議論がヴィエトナムの一部にある。今後、委託加工はどのような発展が見込まれるのか、ここでは対日衣類輸出をケースにとって検討しておこう。図 10-1 と表 10-1 は委託加工の形態を発展ステップ順に描いたものである。なお、この発展ステップは単純化した理念型であるため、現実が全てこの通りに進展する訳ではないが、日本企業は、以下に述べるような発展ステップを想定して委託加工を行っている。

第一段階（現時点）では、ヴィエトナム側は自国内で原料・設備の調達が充分でないので、委託加工を行う場合、原料を含めて外資からの調達依存度は高まらざるをえない（原料輸入期）。これが目下指摘されている輸入増大の局面である。但し、委託加工である以上、一方で当然に輸出も増大している点は認識されなければならない。具体的には、日本からヴィエトナム向け繊維輸出は、92年の3,500万ドルから95年には1億4,000万ドルと4.1倍に増加した。これに対し、ヴィエトナムから日本向け繊維輸出は、これを上回るペースで拡大し、92年の1億1,000万ドルから5億6,000万ドルへと5.3倍に増加した（表 10-2）。

表 10-1 委託加工の形態（綿衣類のケース）

	原料輸入期	ヴェトナム原料の進展期	ヴェトナムデザインの進展期	合併事業
原 料	外資持ち込みの布帛・原系	ヴェトナム製布帛の使用増加	ヴェトナム製原系の使用増加	外資+国内
デザイン（設計）	外資	外資	ヴェトナム	ヴェトナム
販売ルート	外資引取	外資引取	外資引取	輸出
技術指導	外資	外資	外資	外資
設 備	自社ないし外資からの貸与	自社ないし外資からの貸与	自社ないし外資からの貸与	輸入
生産効果	技術修得、雇用の増大	技術修得、原料の自国調達率向上	技術修得、原料の自国調達率向上	技術・資金の確保
付加価値	加工賃のみ	加工賃率の上昇	加工賃率の上昇	利益を加えた付加価値の増大
貿易効果	輸入の増大	輸入の改善	輸入の改善	輸出の拡大

（出所）野村総合研究所作成

表10-2 日本とヴェトナム間の繊維貿易

（単位：千米ドル）

品 目	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
（日本からの輸出）	35,427	59,413	82,835	116,939	143,500
人造繊維	3,495	10,629	11,591	11,148	7,942
原系	2,677	3,129	2,492	3,385	4,725
織物	21,766	31,672	45,881	68,904	89,682
繊維二次製品	7,490	13,983	22,865	33,489	41,151
（日本への輸出）	105,843	205,169	302,343	430,433	559,270
繊維二次製品	105,523	204,741	299,987	425,657	555,077

（出所）通商白書

第二段階では、日本企業の技術移転により、ヴェトナム側の生産技術、標準化技術、品質管理などの発達が促進され、ヴェトナム製布帛の使用が増加し、輸入の改善が見られる段階である（ヴェトナム原料の進展期）。

第三段階では、日本企業の技術移転がより進み、品質の良いヴェトナム製原系の生産が増加し、また、外資から提供されたサンプルを基に、ヴェトナム側のデザイン開発が進展する時期である（ヴェトナム・デザインの進展期）。

第四段階は、ヴェトナム側によるデザインの修得、原料の自国調達比率の向上などの環境が整い、合併事業の展開が可能となる。外資側から技術・資金・販路の提供が進み、ヴェトナム製衣類の輸出競争力が強化される局面である。

第一段階から第四段階までにとどのくらいの移行期間を要するかは、ヴェトナム側の技術修得の速さに依存するが、日本企業が中国で行った衣類生産の事例で見ると、平均5年から7年で

ある。すなわち、1979年の中国の対外開放後、80年代初頭から日本企業の委託加工が実験的に開始されたが、80年代後半に委託加工による参入が本格化し、92年には合併事業にほとんど移行している。96年時点で日中繊維合併は700社を超える。加えて、93年以降は日本の総合商社は、中国においてこれまでボトルネックとなっていた染色加工に乗りだし、また、アクリル紡、ニットの一貫生産合併など、川上・川中分野の対中投資を積極化させている。なお、中国側の対日輸出企業は、川下の衣類については、国営企業もあるが民間の郷鎮企業が多いことが知られている。従って、日系企業のこうした方針や動向を十分に考慮しながら、ヴィエトナム政府は委託加工に対し、適切な政策を打出す必要がある。

10.2.対日輸出動向の調査：衣類のケース

表 10-3 日本における衣類の主要輸入相手国

(96時点の金額上位5ヶ国順)

輸入相手国		1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
中国	金額(百万円)	330,594	419,088	595,251	676,282	816,624	972,067	1,241,815
	同シェア	31.0%	37.7%	46.5%	52.0%	55.5%	57.8%	60.4%
	数量(トン)	141,900	187,881	260,520	332,424	410,303	463,473	509,375
イタリア	金額(百万円)	156,124	132,121	114,627	89,482	117,252	140,547	182,898
	同シェア	14.6%	11.9%	9.0%	6.9%	8.0%	8.3%	8.9%
	数量(トン)	5,698	4,455	3,906	4,420	7,795	10,034	10,271
韓国	金額(百万円)	276,761	254,540	220,017	189,751	180,831	160,099	140,179
	同シェア	26.0%	22.9%	17.2%	14.6%	12.3%	9.5%	6.8%
	数量(トン)	81,437	79,040	71,686	72,360	74,893	68,791	53,489
アメリカ	金額(百万円)	37,383	55,118	65,748	90,563	88,037	97,971	109,983
	同シェア	3.5%	5.0%	5.1%	7.0%	6.0%	5.8%	5.4%
	数量(トン)	8,849	13,844	15,609	25,581	25,300	27,137	24,212
ヴィエトナム	金額(百万円)	1,718	4,480	11,314	19,648	26,342	34,699	53,073
	同シェア	0.2%	0.4%	0.9%	1.5%	1.8%	2.1%	2.6%
	数量(トン)	853	2,085	4,781	8,894	12,531	16,120	21,276
全世界	金額(百万円)	1,066,313	1,110,317	1,279,546	1,300,884	1,471,454	1,681,240	2,055,146
	数量(トン)	193,560	344,530	422,325	508,018	599,941	663,003	698,511

(出所)「日本のアパレル市場と輸入概況(1997年4月)」日本繊維輸入組合

アンケートからも明らかなように、ヴィエトナムの中小繊維企業にとって、日本市場の開拓は重要課題の1つとなっている。そこで、ここではケーススタディとして、ヴィエトナム製衣類の対日輸出動向を調べ、対日輸出促進のための政策オプションを検討してみたい。

なお、日本市場において、96年時点で輸入品マーケット・シェア(金額)のベスト5に入っているヴィエトナム製品は衣類、ふとん類、ホーム・テキスタイルの3品目のみである。このうち、93~96年におけるヴィエトナムからの輸入額増加率は、衣類で平均年率20%前後(数量ベースで平均年率10%前後)、ふとん類で横這い(数量ベースで平均年率-5%前後)、ホーム・テキスタイルで平均年率10%前後(数量ベースで平均年率5%前後)である。また、ヴィエトナム製品の輸入マーケット・サイズ(96年時点)は、衣類で約2兆円、ふとん類で約500億円、ホーム・テキスタイルで約700億円である。ここでは、今後も輸入額の増加が見込め、しかも、マーケット・サイズの大きい衣類を主に詳細な分析と提言を行う。ふとん類、ホーム・テキスタイルはポイントのみ指摘した。

日本における衣類の輸入額は1987年の円高以降急増し、1996年時点で国内消費額の37%を占めている。表10-3を見ると、現時点で、中国製品が輸入品シェアの約60%を有している。また、輸入品シェアの推移を見ると、中国製品・ベトナム製品の急伸、韓国製品の退潮、イタリア製品・米国製品の安定が目立つ。ここに表としてのせていないが、1990年以降における輸入品シェアの推移を金額上位10ヶ国までに拡大して調べると、タイ製品・インドネシア製品・香港製品の退潮、フランス製品・英国製品の安定という特徴が加わる。いずれにしても、中国製品・ベトナム製品の急伸が特徴的である。なお、最近、日本で発表された97年1月から3月までの衣類輸入実績によると、輸入金額ベースの伸びは、ベトナム製品が前年同期比42%増と中国製品の前年同期比19%増を抑えて最大の伸びを示している。

表10-4 日本における輸入衣類のトン当たり単価

(96時点の金額上位5ヶ国順、cif)

輸入相手国		1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
中国	百万円/トン	2.33	2.23	2.28	2.03	1.99	2.10	2.44
イタリア	百万円/トン	27.40	29.65	29.34	20.24	15.04	14.01	17.81
韓国	百万円/トン	3.40	3.22	3.06	2.62	2.41	2.33	2.62
アメリカ	百万円/トン	4.22	3.98	4.21	3.54	3.48	3.61	4.54
ベトナム	百万円/トン	2.01	2.14	2.37	2.21	2.10	2.15	2.49
全世界	百万円/トン	4.45	3.22	3.03	2.56	2.45	2.54	2.94

(出所) 野村総合研究所作成

日本に輸入される衣類は、製品特性から見て、次の3つのグループに分けられる。

1) ファッション面で優れた商品

色、柄、品質、デザイン、縫製などが優れた製品は、主として欧州より輸入されている製品がこれに該当する。欧州製品は、中間色の微妙な色合いに特色があり、また、着心地の良さ、型崩れのしにくさ、シルエットの優しさなどを武器に、日本では安定した需要を維持している。輸入単価はやや低下傾向にあるが、依然、高価格帯を形成し、原系からの一貫生産により欧州製品の付加価値は高い。

2) 日本では原材料の手当や加工が難しい製品

カシミア、アンゴラ、モヘアなど獣毛を使った製品は、主として韓国・中国より輸入されている。また、シルク製品又はシルク類似製品の縫製テクニックは、中国製品の特色として日本市場に受け入れられている。

3) 労働集約的な製品

縫製仕様があまり複雑でなく、労働集約的な大量生産が可能な製品は、アジアからの輸入品の共通した特色である。但し、韓国製品・台湾製品は、現地通貨高・賃金高・原料高で価格競争力は低下してきている。他方、中国製品・ベトナム製品は表10-4に示すように比較的輸入単価が安いこともあり、他のアジア製品と比べ輸出競争力が著しく向上している。

表10-5 日本における輸入衣類の布帛（ふはく）比率動向

(途上国のみ)

布帛（金額）/ ニット（金額）	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
ヴェトナム	2.08	1.96	1.83	1.71	2.08
中国	1.79	1.79	1.61	1.60	1.61
台湾	0.78	0.70	0.96	0.72	0.67
韓国	0.65	0.54	0.21	0.36	0.31
世界平均	1.50	1.34	1.24	1.27	1.37

(出所) 野村総合研究所作成

日本に輸入される衣類を主要輸入相手国別に調べると（表 10-5）、ヴェトナム製品はニットに対する布帛比率が依然高い。これは、委託加工により、外資が持ち込んだ原糸から直接製品を作る技術がヴェトナムに未だ成熟してないため、外資が持ち込んだ織生地から製品を作るケースが多い結果である。他方、中国製品はニットに対する布帛比率が台湾製品・韓国製品に比べて高いものの、次第にニット比率が上昇していることが分かる。今後は、ヴェトナムは低価格品から中価格品への品揃えを確保するために、ニット比率の向上に必要な織布技術の更なる導入と確立が急がれよう。

表10-6 日本におけるヴェトナム製衣類の品目別動向

衣類品目		1993年	1994年	1995年	1996年
ニット	金額（百万円）	6,303	8,713	11,931	16,033
	前年伸び率	(+77%)	(+38%)	(+31%)	(+34%)
外衣	金額（百万円）	5,684	8,005	10,320	13,663
	前年伸び率	(+89%)	(+41%)	(+29%)	(+32%)
ポロシャツ・ トレーナー	金額（百万円）	2,868	3,881	5,018	6,411
	前年伸び率	(+77%)	(+35%)	(+29%)	(+28%)
セーター・ カーディガン	金額（百万円）	1,975	2,293	2,460	4,091
	前年伸び率	(+141%)	(+16%)	(+7%)	(+66%)
下着	金額（百万円）	619	708	1,611	2,370
	前年伸び率	(+13%)	(+14%)	(+118%)	(+47%)
布帛（ふはく）	金額（百万円）	12,342	15,991	20,368	33,375
	前年伸び率	(+67%)	(+30%)	(+27%)	(+64%)
外衣	金額（百万円）	11,378	14,581	18,466	30,381
	前年伸び率	(+69%)	(+28%)	(+27%)	(+65%)
ジャンパー	金額（百万円）	5,825	6,397	6,476	11,778
	前年伸び率	(+51%)	(+10%)	(+1%)	(+82%)
ズボン	金額（百万円）	1,103	1,759	3,137	5,203
	前年伸び率	(+33%)	(+59%)	(+78%)	(+66%)
下着	金額（百万円）	964	1,410	1,902	2,994
	前年伸び率	(+46%)	(+46%)	(+35%)	(+57%)

(出所) 日本貿易月表

参考までに日本の衣料品市場の特徴を示すと次の三点である。第一に、消費者の低価格志向に対応する普及品市場と本物志向・個性化志向に対応する高級品市場に二極化している。第二に、フォーマル用途のスーツ、コート、ドレスなど重衣料が伸び悩む反面、カジュアル用途のブラウス、セーター、スカートなどの軽衣料が伸びている。第三に、景気低迷が進むにつれて、消費者は購入価格を今までより下げるとか、コーディネートを変えることで新たな消費を抑えるとか、防衛的消費行動をとるようになってきている。現時点のベトナム製品は、低価格品かつ軽衣料かつカジュアル用途の市場をつかみつつある。具体的には、表 10-6 を見ると、ポロシャツ・トレーナー、セーター・カーディガン、ジャンパー、ズボン、下着の伸びがベトナム製衣類の伸びを支えていることが分かる。

表10-7 日本における輸入衣類の男性用品比率

(96年の金額ベース)

	ベトナム	中国	フランス	イタリア	輸入平均	日本市場
男性用品比率	80%	66%	44%	60%	69%	37%

(出所) 野村総合研究所作成

更に、中国製品との差を見るために、96年時点における男性用品比率(金額ベース)を調べると(表 10-7)、中国製品は66%に対しベトナム製品は80%と男性用品比率が高い。日本市場における男性用品比率は37%に過ぎないことを考えると、中長期的には、ベトナムは、ファッション性豊かで、付加価値の高い女性用品市場への参入戦略が必要となる。

10.3.対日輸出促進のための政策オプション：衣類のケース

ベトナム衣類の日本市場での販売は、販売量の急増、単価の漸増から見てこれまで成功しているといえよう。しかし、日本市場で一層の拡販を推進するために、ベトナムの中小繊維企業に次の政策オプションを提案しておこう。

日本の大手商社や大手アパレルメーカーは、既にベトナムの大手国営繊維企業との委託加工ないし合弁事業を行っているケースが少なくない。そこで、資本力の乏しいベトナム中小繊維企業の場合、企業連合を形成し、日本の中小縫製業者からなる協同組合と事業提携を行うことを視野に入れる必要がある。日本の中小縫製業者は、大企業以上に縫製技術の移転に熱心である。なお、中国に進出した日系企業の例でみると、現地での工場運営、行程組み、技術指導などで重要な役割を演じているのは、日本の大手商社や大手アパレルメーカーではなく、日本の中小縫製業者である点を指摘しておく。

日本の中小縫製業者をベトナムに誘致するために、また、ベトナムへの技術移転を図る上で、繊維団地を建設することは有効である。95年に東京の衣料品メーカーがベトナムでこの構想を打ち出したが、93年に岐阜県の中小縫製業者が中国の北京市郊外でこの方式を実施し成功している。

ベトナムの中小繊維企業の中には、輸出に手間取り日本への納期に遅れるところが少なくない。日本のように季節意識が強いところでは、販売シーズンを過ぎてからの入荷は商品価値を大きく損なう。中小繊維企業にとっては、生産効率や品質管理もさることながら、それ以上に納期管理は重要である。そのためには、保税倉庫から輸送、通関、流通加工、梱包、船舶代理、荷主代行業務に至る一貫した物流サービスの整備が必要となる。この種の事業には、衣料専門の外国運送会社との業務提携が前提となろう。

委託加工品は、パイヤーのブランドで販売されるが、低価格で売られるものが少なくない。こうした低価格品を中級品に上げていくために、ベトナムの繊維組合が統一スタンダードに基づいて品質を保証するとともに、それを明示するマークをつけるなどの方策を講じることが有効である。

輸出促進策として日本に商談会ミッションを派遣することは、ベトナムの中小企業にとってコスト負担が大きい。他方、ベトナムに委託加工製品の常設展示コーナーを作り、委託先をベトナムに連れてきて商談することが必要である。この場合、同一製品を年間展示する固定展示ではなく、常に展示内容を新しいものに入れ替える変動展示で行うべきである。

国際市場でのベトナム商品の国際競争力を高めるために、ベトナムの中小企業におけるデザイナーに海外経験を積ませる必要がある。デザイナーという職能はすぐれた造形感覚と視覚的にアイデアを具体化して提供するテクニックが要求されるが、加えて、国際的な独自性や創造力が要求される。そこで、インダストリアル・デザイン、インテリア・デザイン、グラフィック・デザイン、パッケージング・デザインの分野で、デザイナーを海外に派遣する助成制度の創設が必要とされる。

ベトナム中小企業の輸出促進を支援するために、市場調査の実施と市場戦略の策定、商品企画・設計・デザインの開発のための情報収集と研究、委託加工、合併事業に対するパートナー紹介、海外でのセールス・プロモーションの推進、資金借入の保証などの機能を持った機構の設立が必要であろう。

10.4. 対日輸出動向の調査と提案：ふとん類とホーム・テキスタイルのケース

元来、日本では綿ふとんが使用されてきたが、1975年頃から国民の健康志向を反映し、軽量・保温性・通気に優れた羽根ふとんの輸入が急増した。しかし、1994年頃に輸入羽根ふとんの輸入シェア（金額ベース）が日本市場の50%を占めてから、輸入額は減少傾向にある。他方、羽根ふとん以外のその他ふとんは、日本の貿易統計に個別に表記されないため素材別の数値は把握できないが、業界推定によると綿混ふとん、羊毛ふとん、ふとんカバーの輸入が大宗とされる。その他ふとんの輸入額は、安価な輸入綿ふとんが国内綿ふとんの市場を喰って増加基調を辿っている（表10-8）。

その他ふとんにおける輸入シェアの推移を見ると（表10-8）、中国製品が80%近くを有しており、次いでベトナム製品が8%である。また、輸入動向を見ると（表10-9）、一貫して、中国製品とベトナム製品の伸びが目立つ。しかし、日本におけるこうしたその他ふとんの輸入合計は、輸入額の増加とは裏腹に、輸入量は鈍化しており、既に飽和状況に直面したものと見られる。このため、各国とも競争に打ち勝つための方策が必要となってきた。

表10-8 日本における輸入ふとん類の品目別動向

品目	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
(羽根ふとん)					
金額(百万円)	10,725	14,432	20,465	17,635	15,301
数量(トン)	4,925	8,733	13,133	14,516	11,380
(その他のふとん)					
金額(百万円)	12,403	18,410	27,521	27,692	32,916
数量(トン)	8,988	18,231	31,683	29,960	29,855
(合計)					
金額(百万円)	23,127	32,842	47,986	45,327	48,216
数量(トン)	13,914	26,964	44,816	44,476	41,235

(出所) 日本貿易月表

表10-9 日本におけるその他ふとんの主要輸入相手国

(96年時点の金額上位5ヶ国順、単位：百万円)

輸入相手国	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
中 国	6,440	13,317	21,697	21,699	25,945
ヴィエトナム	—	463	1,197	1,702	2,356
タ イ	942	1,761	1,711	1,156	1,193
米 国	181	199	255	455	515
ド イ ツ	438	344	341	335	424
そ の 他	4,401	2,326	2,323	2,346	2,482
合 計	12,403	18,410	27,521	27,692	32,916

(出所) 日本貿易月表

ふとん類自体は、生活必需品の中でも単価の安い割に回転率の悪い製品である。従って、今後は、日本の消費者の健康志向や医療用途にあった商品開発を進めることで、付加価値の向上と製品単価の改善がより一層重要となってくる。例えば、日本におけるシルバー人口の増大に伴って、背骨に負担のかからない敷きふとんや磁気の入った掛けふとんの開発なども次の市場制覇の一法となると見られている。

次に、ホーム・テキスタイルとは、ベッド・リネン（シーツ、カバー類）、テーブル・リネン（テーブル・クロス、ナプキン類）、トイレット・リネン及びキッチン・リネン（タオル、布巾類）からなる。いずれのリネン市場も成熟期に達した日本国内市場で輸入品が国産品を蚕食して、輸入金額を伸ばしている（表 10-10）。ホーム・テキスタイルの日本国内市場に関する統計データが未整備のために、日本国内市場に占める輸入品のシェアは不明であるが、業界によれば3割程度と推定されている。なお、リネンとはもともとオランダ語の麻の意味であるが、日本では麻よりも吸水性に富む綿が主体に消費されている。

表10-10 日本における輸入ホーム・テキスタイルの品目別動向

品 目	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
(ベッド・リネン)					
金額 (百万円)	15,809	15,874	27,492	25,791	27,323
数量 (千ダース)	3,293	3,922	6,876	6,193	5,690
(テーブル・リネン)					
金額 (百万円)	2,950	3,274	4,309	4,422	4,615
数量 (千ダース)	1,479	2,229	3,225	3,192	2,932
(トイレット&キッチン・リネン)					
金額 (百万円)	13,673	14,294	20,048	25,924	30,661
数量 (千ダース)	46,692	49,597	58,973	69,732	65,003
(そ の 他)					
金額 (百万円)	4,102	4,641	4,589	5,839	6,550
数量 (千ダース)	1,205	1,625	2,444	2,640	2,862
(合 計)					
金額 (百万円)	36,534	38,083	56,438	61,975	69,149
数量 (千ダース)	52,669	57,374	71,518	81,757	76,487

(出所) 日本貿易月表

日本のホーム・テキスタイル市場では、アジアからの輸入品は単価の安い業務用に、国産品や欧米からの輸入品は単価の高い家庭用に使用されており、特に、欧米品の単価は、アジア品の単価の約10倍となっている。また、業務用・家庭用共に、客の目に触れるテーブル・リネンでは、日本の消費者はデザイン志向に加えインテリア・コーディネート志向が強いため、欧米品に対する選好が高い。

従って、輸入マーケットの中で、ベトナム製品のウエートが高いのは、比較的単価の安いトイレット・リネン及びキッチン・リネン(表10-11)、なかでも「おしぼりタオル」である。他方、比較的単価の高いベッド・リネン(表10-12)ではベトナム製品のウエートはそれほど高くなく、また、テーブル・リネンではベトナム製品はほとんど輸入されていない(表10-13)。

表10-11 日本におけるトイレット&キッチン・リネンの主要輸入相手国

(96年時点の金額上位5ヶ国順、単位：百万円)

輸入相手国	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
中国	9,028	9,361	12,620	17,299	21,438
ベトナム	1,370	1,726	2,461	3,184	3,476
インドネシア	45	455	626	1,128	1,415
米国	408	479	777	1,232	1,113
台湾	305	270	237	405	489
その他	2,517	2,003	3,327	2,675	2,730
合計	13,673	14,294	20,048	25,924	30,661

(出所) 日本貿易月表

表10-12 日本におけるベッド・リネンの主要輸入相手国

(96年時点の金額上位5ヶ国順、単位：百万円)

輸入相手国	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
中国	12,669	12,656	23,635	22,304	23,289
インド	830	1,013	1,546	1,152	1,085
パキスタン	395	246	392	270	604
ベトナム	84	520	723	698	562
米国	152	92	110	201	322
その他	2,517	1,347	1,086	1,167	1,461
合計	15,809	15,874	27,492	25,791	27,323

(出所) 日本貿易月表

表10-13 日本におけるテーブル・リネンの主要輸入相手国

(96年時点の金額上位5ヶ国順、単位：百万円)

輸入相手国	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
インド	1,062	1,520	1,982	2,047	2,067
中国	1,063	1,137	1,451	1,425	1,376
イタリア	34	33	35	53	222
ドイツ	103	93	82	150	184
フランス	65	45	78	83	116
その他	624	447	681	664	649
合計	2,950	3,274	4,309	4,422	4,615

(出所) 日本貿易月表

日本市場では、今後、ベトナム製品は、綿の産地で生産力のある中国製品、インド製品との競争が激化するものと見られる。競争に打ち勝つためには、デザイン感覚の豊かさ、肌合いの柔らかさなど品質の改善を一層推進し、付加価値の高い家庭用市場やベッド・リネン市場でのシェア向上が課題となる。そのためには、ベトナムの中小企業組合が日本市場のモニターを日本企業に委託するか、又は、専門の担当者を日本に常駐させるなど市場開拓のためのモニタリングの強化が戦略の第一歩となる。次いで、対日輸出促進機構の創設が必要となつてこよう。

Appendix 1

ヴェトナム中小企業の経営活動に関するアンケート調査 1997年1月

問1 貴社の概要について、以下の問に回答してください。

企業名	
住所	
電話番号	
回答者部署氏名	

問2 貴社の経営組織についてお伺いします。

1. Limited Company → 資本金額 000,000 ドン
2. Joint Stock → 資本金額 000,000 ドン
3. Private Company
4. Household
5. Cooperation

問3 業種は以下のどれに該当しますか。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 食品加工・飲料 | 14. ゴム・プラスチック |
| 2. タバコ | 15. 金属精練 |
| 3. 繊維 | 16. 金属製品 |
| 4. 衣服 | 17. コンピュータ・事務用品 |
| 5. 革製品 | 18. 機械・同関連製品 |
| 6. 竹製品 | 19. 電気部品 |
| 7. 木材・木製品 | 20. ラジオ、TV、通信機 |
| 8. 紙、パルプ、紙製品 | 21. 医療用機器 |
| 9. 石材・同加工品 | 22. 自動車・同部品 |
| 10. 陶器・煉瓦・ガラス製品 | 23. その他の輸送用機器 |
| 11. 出版・印刷 | 24. 家具 |
| 12. 石油製品 | 25. その他 |
| 13. 化学 | |

問4 創業年および創業の背景についてお伺いします。

問4-1 現在の経営形態として登録された年

19____年

問4-2 創業の経緯（複数回答可能）

1. 社長が出したアイデアをもとに事業を開始した
2. 同業他社で身に付けた技術・ノウハウに基づいて独立した
3. 国営企業で身に付けた技術・ノウハウに基づいて創業した
4. 国営企業を引き継いだ
5. Cooperation を引き継いだ
6. 民間企業を引き継いだ
7. その他

問4-3 前問で4、5、6に回答した場合、前の企業の創業年を記入してください

_____年

問4-4 社長は現職の前にどのような職についていましたか。

1. 軍関係
2. 国営企業
3. その他の政府機関
4. 他の非国営企業
5. 進出した外資系企業
6. 現在の企業で社長以外の職
7. 海外在住
8. その他

問5 生産・販売活動についてお伺いします。

問5-1 現在、および3年前において売上高の多い製品名3つ以内を具体的に記入してください。また、それぞれの製品が総売上に占める割合を概数で記入してください。

	現在		3年前	
		%		%
1		%		%
2		%		%
3		%		%

問5-2 過去4年間の売上高を具体的に記入してください。1996年の数字は推定値でも構いません。

年次	売上高
1993	000,000 dong
1994	000,000 dong
1995	000,000 dong
1996 (推定)	000,000 dong

問5-3 貴社の利益率（売上高に対する利益の割合）はどの程度ですか。最近の数値を概数で結構ですので記入してください。

_____ %

問5-4 貴社の過去3年間の利益の成長率を以下の中から選択してください。

1. 200%以上に成長
2. 150~200%に増加
3. 120~150%に増加
4. 100~120%に増加
5. 減少

問5-5 販売先に該当するものはどれですか。（複数回答可能）

1. 消費者へ直接販売
2. 流通業者やブローカーを通じて消費者へ販売
3. 同業他社へ販売
4. 国営企業へ販売
5. 進出してきた外資系企業へ販売
6. 民営企業へ販売
7. 海外へ直接に輸出
8. 国内企業を通じて輸出
9. その他

問5-6 上記のうち、近年、増加が著しい販売先はどれですか。前門の選択肢から該当する番号を1つ選んで記入してください。

増加が著しい販売先 _____

問5-7 上記のうち、近年、減少が著しい販売先はどれですか。該当する番号を1つ記入してください。

減少が著しい販売先 _____

問5-8 販売先の地域構成はどのようになっていますか。構成比を記入してください。

Hanoi	%
Ho Chi Minh City	%
Hai Phong	%
Da Nang	%
上記以外の Viet Nam 国内（北部）	%
上記以外の Viet Nam 国内（南部）	%
国外	%
合計	%

問5-9 貴社では、販売活動のために、国内外へ販売拠点となる視点や営業所を設置していますか。

- (1) 国内 1. ある → ____ヶ所
2. ない
- (2) 海外 1. ある → ____ヶ所
2. ない

問5-10 原材料・部品の調達はどのようにしていますか。（複数回答可能）

1. 自社で独自に調達
2. 国営企業から購入
3. 国内のバイヤーから購入
4. 海外のバイヤーから購入
5. 製品の納入先から購入
6. その他

問5-11 原材料・部品の調達に際してどのような問題が生じていますか（複数回答可能）。

1. 原材料・部品の価格上昇
2. 原材料の枯渇
3. 原材料・部品の品質の低下
4. 原材料・部品の供給の不安定性
5. その他

問6 貴社では他社からの下請生産（他社の発注に基づく生産）を実施していますか。

1. 下請生産を実施している → 以下の問に回答してください
2. 下請生産を実施していない → 問6-1に回答してください

問6-1 発注企業は以下のどれに該当しますか。（複数回答可能）

1. 国営企業

2. 外資系企業
3. その他の民営企業
4. その他

問6-2 下請生産は全売上の中でどの位の割合を占めていますか。

1. 5%未満
2. 5～20%
3. 20～50%
4. 50～70%
5. 70～90%
6. 90%以上

問7 常時利用している外注先企業は何社ですか。また、昨年1年間の外注金額を具体的に記入してください。

外注先企業数 _____社

昨年の外注金額 _____,000,000 ドン

問8 貴社は、現在、商工会議所や商工会、協同組合等に参加していますか。加入しているものすべてに○を付けてください。

1. 商工会議所
2. 商工会
3. 協同組合
4. その他の地域的な産業団体
5. その他の業界的な産業団体
6. 加入していない

問8-1 商工関係の団体に加入するねらいは何ですか。(複数回答可能)

1. 政府との交渉を有利に行うことができる
2. 各種情報の入手が容易である
3. 共同購入等により安く調達が可能である
4. 共同販売により販売力を強化できる
5. 生産設備や機器の共有化が可能である
6. 従業員への待遇を向上させることができる
7. その他

問9 雇用、賃金についてお伺いします。

問9-1 貴社の従業員数（過去4年間）を具体的に記入してください。

年次	従業員数
1993	
1994	
1995	
1996	

問9-2 現在の従業員の構成をお伺いします。

エンジニアの占める割合 _____%

女性の占める割合 _____%

平均年齢 _____歳

昨年1年間の採用数 _____人

問9-3 賃金等の水準はどのどの程度ですか。

(1) 月平均賃金（基本給）

- | | |
|----------|--------------|
| ワーカークラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |
| エンジニアクラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |
| 事務職クラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |
| 管理職クラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |

(2) ボーナス

- | | |
|----------|--------------|
| ワーカークラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |
| エンジニアクラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |
| 事務職クラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |
| 管理職クラス | 1. 30万ドン未満 |
| | 2. 30～50万ドン |
| | 3. 50～75万ドン |
| | 4. 75～100万ドン |
| | 5. 100万ドン以上 |

- (3) 諸手当 (全職種平均)
1. 30万ドン未満
 2. 30～50万ドン
 3. 50～75万ドン
 4. 75～100万ドン
 5. 100万ドン以上

問9-4 過去3年間の年平均賃金上昇率はどの程度ですか。

- | | |
|----------|-----------|
| ワーカークラス | 1. 10%未満 |
| | 2. 10～30% |
| | 3. 30～50% |
| | 4. 50～75% |
| | 5. 75%以上 |
| エンジニアクラス | 1. 10%未満 |
| | 2. 10～30% |
| | 3. 30～50% |
| | 4. 50～75% |
| | 5. 75%以上 |
| 事務職クラス | 1. 10%未満 |
| | 2. 10～30% |
| | 3. 30～50% |

4. 50～75%
5. 75%以上

- 管理職クラス
1. 10%未満
 2. 10～30%
 3. 30～50%
 4. 50～75%
 5. 75%以上

問9-5 売上高に占める賃金等の割合はどのどの程度ですか。

1. 10%未満
2. 10～20%
3. 20～30%
4. 30～40%
5. 40～50%
6. 50～60%
7. 60～70%
8. 70%以上

問9-6 従業員の確保・育成に関してどのような問題が生じていますか。(複数回答可能)

1. ワーカーの確保が困難
2. エンジニアの確保が困難
3. 事務職員の確保が困難
4. 管理職の確保が困難
5. 賃金水準の高騰
6. 従業員の定着率が低い
7. 従業員の研修が難しい
8. 従業員の能力が低い
9. 後継者がいない
10. その他

問10 貴社の生産設備についてお伺いします。

問10-1 貴社の生産設備の規模について記入してください。

(1) 敷地敷地面積 _____ m²

(2) 建物の延床面積 _____ m²

問10-2 貴社の生産設備は、現在どのような問題を抱えていますか。(複数回答可能)

1. 設備が狭隘で、生産能力の向上が図れない
2. 工場周辺で公害問題が発生している
3. 製品輸送の面で問題がある

4. 従業員の確保や通勤手段の確保の面で問題がある
5. 電力や水の確保に問題がある
6. 土地賃貸料の高騰
7. その他

問 10-3 貴社の工場では以下に示すような公害問題が発生していますか。発生しているものすべてに○印を付けてください。

1. 騒音問題
2. 振動問題
3. 排煙による大気汚染
4. 排水による水質汚染
5. トラック等による交通混雑
6. その他
7. 問題は発生していない

問 10-4 貴社では生産設備・機器をどのような手段で調達していますか。(複数回答可能)

1. 国営企業からの払い下げ品
2. 海外から輸入
3. 国内の企業から購入(新品)
4. 国内の企業から購入(中古品)
5. 自社内で生産設備を製造
6. その他

問 10-5 貴社では、過去1年間にどの程度の設備投資(新たな設備・機器の購入)を行いましたか。設備投資の実施額を具体的に記入してください。

1. 設備投資を実施した → 設備投資額 _____ トン
2. 設備投資を実施しなかった

問 10-6 設備投資を実施した場合、設備投資のための資金をどのようにして調達しましたか(複数回答可能)

1. 資本金の増額
2. 金融機関や貸金業者からの借入
3. 家族、親戚、友人等からの借入
4. 積み立ててきた過去の企業収益の流用
5. 経営者の個人的な資金
6. 取引先からの借入
7. その他

問 10-7 設備投資を行う際の問題は何ですか。(複数回答可能)

1. 設備投資のための資金の不足
2. 高性能な生産機器等の調達が難しい

3. 敷地が狭くて増設できない
4. 設備投資に係わる許認可
5. その他

問 10-8 貴社では今後、生産設備を増設するために新たに工業用地を確保する必要がありますか。

1. 現在、新規の工業用地を確保している
2. 現在、新規の工業用地を捜している
3. 近い将来に必要となる可能性が高い
4. 将来、必要となる可能性がある
5. 必要性は小さい

問 11 貴社の技術開発活動についてお伺いします。

問 11-1 貴社では、技術開発活動を行っていますか。

1. 主に生産技術の開発を行っている
2. 主に新製品の開発を行っている
3. 生産技術、新製品の両方について開発を行っている
4. 技術開発活動は特に実施していない

問 11-2 技術開発を行っている場合、それはどのような体制で実施していますか。

1. 専門の技術スタッフが実施
2. 生産現場が対応
3. 社長が自ら技術開発を実施
4. その他

問 11-3 貴社では、社内に不足する技術をどのようにして入手していますか。(複数回答可能)

1. 国営企業から入手
2. 進出外資企業から入手
3. 同業他社から入手
4. 大学から入手
5. 海外から入手
6. 後述コンサルタントから入手
7. 導入したいが困難
8. 導入する必要はない

問 11-4 貴社では技術関係の情報をどのようにして入手していますか(複数回答可能)

1. TV、ラジオ放送
2. 新聞、雑誌(国内)
3. 新聞、雑誌(海外)
4. 専門書

5. 同業者
6. 商工会議所等の団体
7. 図書館
8. 展示会、見本市
9. 取引先
10. 設備機械メーカー
11. 材料や部品の仕入先
12. 政府機関
13. 大学
14. 国営企業
15. 海外のバイヤー
16. 民間の技術情報サービス会社、コンサルタント会社
17. その他

問 11-5 貴社は、現在の技術情報の入手に満足していますか

1. 非常に満足
2. ほぼ満足
3. やや不満
4. 非常に不満
5. どちらとも言えない

問 11-6 貴社は、自社の技術水準を同業他社と比較してどのような水準にあると思いますか。

1. 非常に優れている
2. 優れている
3. 同業他社の平均的水準である
4. 劣っている
5. 非常に劣っている

問 11-7 技術開発を行っていく際にどのような問題が生じていますか。（複数回答可能）

1. 技術スタッフの不足
2. 技術開発に必要な資金の不足
3. 技術開発のために必要な機器の不足
4. 技術情報の入手が難しい
5. 技術的な問題に対する相談先がない
6. 技術開発は必要ない
7. その他

問 12 貴社では事業活動に必要な資金をどのように調達していますか。以下の夫々の質問に
 教えてください。

問 12-1 現在の資金借入残高は幾らですか

_____,000,000 ドン

問 12-2 借入期間の構成はどの程度ですか。構成比を記入してください。

短期資金 (返済期間が1年未満)	%
長期資金 (返済期間が1年以上)	%

問 12-3 借入先の構成はどのようになっていますか。構成比を記入してください

国営商業銀行	%
民営銀行	%
株式銀行	%
投資開発銀行	%
外国貿易銀行	%
その他の貸金業者	%
親戚・友人	%
その他	%

問 12-4 借入金の使途は何ですか。(複数回答可能)

1. 設備投資
2. 運転資金
3. 借入返済
4. その他

問 12-5 貴社は、現在の資金調達状況に満足していますか

1. 非常に満足
2. ほぼ満足
3. やや不満
4. 非常に不満
5. どちらとも言えない

問 13 貴社の輸出行動についてお伺いします

問 13-1 輸出の形態(複数回答可能)

1. 国営の貿易公団を通じて輸出

2. 海外のバイヤーを通じて輸出
3. 海外のユーザーへ直接に輸出
4. 国内のプローカーを通じて輸出
5. 輸出企業へ部品・製品を提供
6. その他

問 13-2 具体的な輸出額および輸出額が売上高に占める割合を記入してください（過去4年分）

年次	輸出額	売上高に占める輸出の割合
1993		%
1994		%
1995		%
1996		%

問 13-3 主な輸出先はどこですか。該当する国・地域すべてに○印を付けてください。

1. タイ
2. カンボジア
3. ラオス
4. 中国
5. 香港
6. 台湾
7. 日本
8. 韓国
9. マレーシア
10. シンガポール
11. インドネシア
12. USA
13. 欧州
14. ロシア・東欧
15. その他

問 13-4 上記の国・地域の中で、最もウエイトの高い国・地域2ヶ所とそこへの輸出製品を具体的に記入してください。

	第1位	第2位
国・地域名	_____	_____
輸出製品名	_____	_____

問 13-5 輸出活動を行う際に、どのような点が制約となっていますか。（複数回答可能）

1. 国営企業から輸出クォータを購入する必要があること
2. 海外のバイヤーに直接アクセスできないこと
3. 英語に堪能な者がいないこと

4. 貿易実務に堪能な者がいないこと
5. 輸出に関する規制
6. 海外の市場情報の入手の難しさ
7. 為替レート水準
8. その他

問 13-6 貴社では、輸出先のマーケット情報をどのようにして入手していますか。(複数回答可能)

1. TV、ラジオ放送
2. 新聞、雑誌(国内)
3. 新聞、雑誌(海外)
4. 専門書
5. 同業者
6. 商工会議所等の団体
7. 展示会、見本市
8. 図書館
9. 国内の輸出メーカー
10. 材料や部品の仕入先
11. 政府機関
12. 国営企業
13. 海外のバイヤー
14. 国内のブローカー
15. 民間の技術情報サービス会社、コンサルタント会社
16. その他

問 13-7 貴社は、現在の海外市場情報の入手に満足していますか

1. 非常に満足
2. ほぼ満足
3. やや不満
4. 非常に不満
5. どちらとも言えない

問 13-8 貴社では、輸出マーケットにおける貴社の競争力をどのように位置づけますか。

1. 非常に強い
2. 強い
3. 平均的水準
4. 弱い
5. 非常に弱い
6. 判らない

問 14 貴社では企業経営に必要なノウハウをどのようにして修得しましたか。(複数回答可能)

1. 社長がビジネススクールや大学で修得した

2. ビジネススクールや大学出身の専門スタッフを雇用
3. 社長が研修やセミナーを通じて修得した
4. 従業員が研修やセミナーを通じて修得した
5. ビジネスパートナーから修得した
6. 経営コンサルタントを利用している
7. 実際のビジネスを通じて修得した
8. 特別に修得していない
9. その他

問 15 貴社の強みは何ですか。当てはまるもの5つ以内に○印をつけて下さい。

1. 販売力が強い
2. 有力な取引先を抱えている
3. 政府機関や有力な国営企業とのネットワークを有している
4. 製品の品質が高い
5. 精度の高い、または形状の難しい加工が可能である
6. 多種類の加工が可能である
7. 同業他社が有していない優れた生産設備・機器を有している
8. 製品の納期を厳守している
9. 製品の価格が安い
10. 製品の企画力、デザイン力が優れている
11. 競合業者が少ない
12. 資本力がある、潤沢な資金がある
13. ブランド力がある
14. その他

問 16 事業を実施していくうえで、現在、どのような点が特に問題となっていますか。以下の中から特に問題となっているもの3つ以内に○印をつけて下さい。

1. 受注、販売
2. 生産
3. 技術開発
4. 資金調達
5. 従業員の確保・育成
6. 外注利用
7. 原材料の調達
8. 設備投資
9. 物流
10. 情報収集
11. 輸出
12. 政府の規制、法制度、行政手続
13. 税金
14. その他
15. 問題は特にない

問17 今後の経営方針をどのように考えていますか。(複数回答可能)

1. 現状のままで良い
2. 受注の量的拡大を図る
3. 利益率の向上を図る
4. 輸出の拡大を図る
5. 事業分野の一層の専門化を図る
6. 事業規模の縮小を図る
7. 他分野への進出を図る
8. 同業者との協同化
9. 外資との合併事業に取り組む
10. 海外への進出を図る
11. その他

問18 今後、中小企業に対してどのような支援があることを望みますか。以下の中から望まれるもの5つ以内を選んで○印を付けてください。

1. 移転拡大のための工業団地の整備
2. 設備投資に関する諸規制の緩和
3. 国の投資奨励基金の充実強化
4. 銀行融資の拡大
5. 輸出に対する金融的支援
6. 輸出許可の規制緩和
7. 海外情報の提供
8. 技術指導・技術相談
9. 技術者の育成機関の設置
10. 技術情報の提供
11. 経営に関する情報提供
12. 企業経営に関する人材研修機会の提供
13. 技術開発に関する人材研修機会の提供
14. 売上税の優遇・減免
15. 法律の整備
16. 行政手続きの簡素化
17. 道路、港湾など交通インフラの整備
18. 電力の安定供給
19. 上水道、下水道の整備
20. 業界団体の設立支援
21. その他

Appendix 2

SMEs' Problems Identified by Questionnaire Survey

1. Overview of Questionnaire Survey

Questionnaire survey was conducted in coordination with the Development Strategy Institute (DSI) of the Vietnamese Government to identify the management practices and problems of SMEs in Viet Nam and the needs of SMEs for government support programs.

Survey Period: Mid-February, 1997 to the beginning of March
 Surveyed Companies: SMEs who are currently exporting their products and those who are interested in exporting in future. (251 companies in total)
 Surveyed Areas: Hanoi, Hai Phong, Da Nang, Dong Nai, Binh Duong, Ho Chi Minh City and Can Tho.

Surveyed companies

	Hanoi	Hai Phong	Da Nang	Dong Nai	Binh Duong	HCMC	Can Tho	Total
Food/Drinking	3	3	10	0	1	8	13	38
Textile/Garment	9	5	7	2	2	12	0	37
Leather	3	1	1	0	1	4	0	10
Wood/Bamboo	6	3	5	1	1	1	1	18
Pulp Paper	5	3	4	2	2	2	1	19
Ceramic	2	1	6	6	2	1	1	19
Rubber/Plastic	9	7	1	1	0	2	2	22
Metal Products	13	7	6	0	0	7	2	35
Machine	3	2	0	0	0	5	2	12
Electric Machine	7	0	2	0	1	1	2	13
Transportation	2	5	3	0	0	1	0	11
Furniture	11	3	5	0	2	6	0	27
Other	11	5	5	5	3	5	1	35
Total	58	34	51	15	15	54	24	251

Note The industry types are based on the answers of respondents. The industry total does not correspond with the area total because of multiple responses.

The survey was conducted by the coordinated efforts of Viet Nam and Japan through the following procedures:

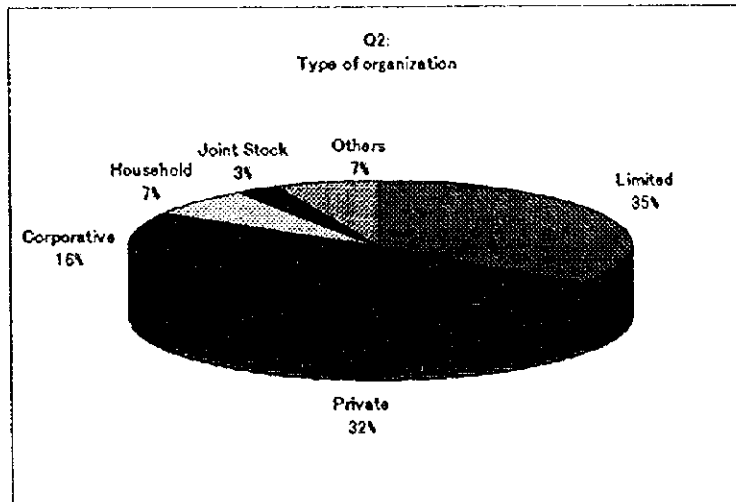
Preparation of questionnaire forms:	Japan
Selection of companies surveyed:	Viet Nam
Distribution and collection of the questionnaire forms:	Viet Nam
Tabulation and analysis of survey results:	Viet Nam and Japan

2. Findings

(1) An outline of enterprises covered in the survey

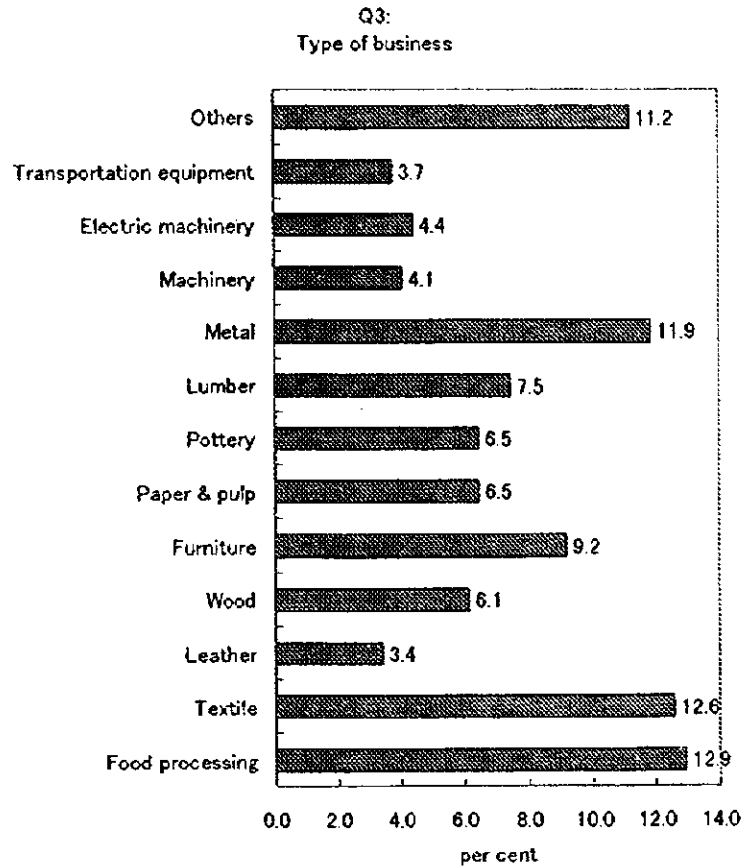
1) Type of organization (Q2)

Approximately two-thirds of the respondents are “limited companies” (35.1%) or “private companies” (32.3%). “Cooperative” accounted for 16.3%. The percentages of “households” (6.8%) and “joint stocks” (2.8%) are small.



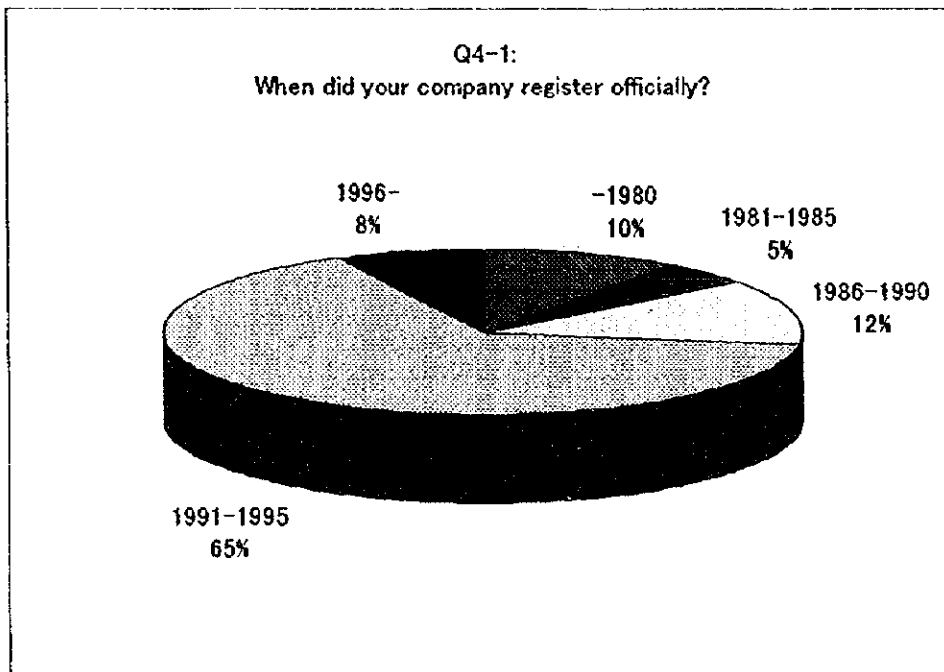
2) Type of business (Q3)

The percentages of "food processing" (12.9%), "textile products" (12.6%), and "furniture" (9.2%) are large. Including leather products and lumber, consumer-related industries account for 44.2%. The percentage of "metal products" (11.9%) is also relatively large. The materials industries account for 32.4%, including "rubber" (7.5%), "ceramics" (6.5%), and "paper products" (6.5%). Overall, the percentage of the machinery industries combined is small at 12.2%, consisting of "transport equipment" (3.7%), "electrical machinery" (4.4%) and "machinery" (4.1%).



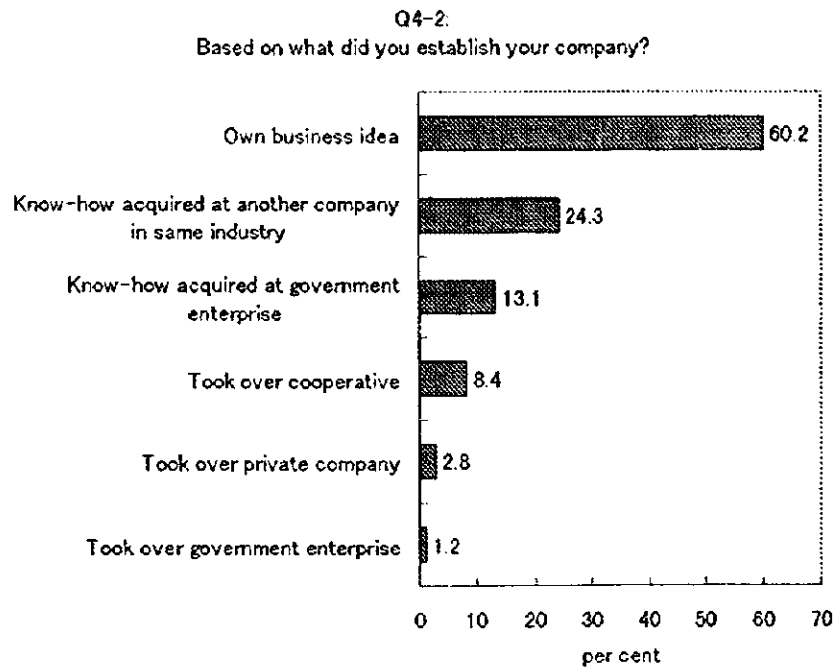
3) The year of registration (Q4-1)

Regardless of the size or type of business, most enterprises are upstarts, having been established between 1991 and 1995. More than 85% were established in or after 1985, indicating robust economic activities since Doi Moi implemented in the second half of the 1980s.



4) Reasons for founding (Q4-2)

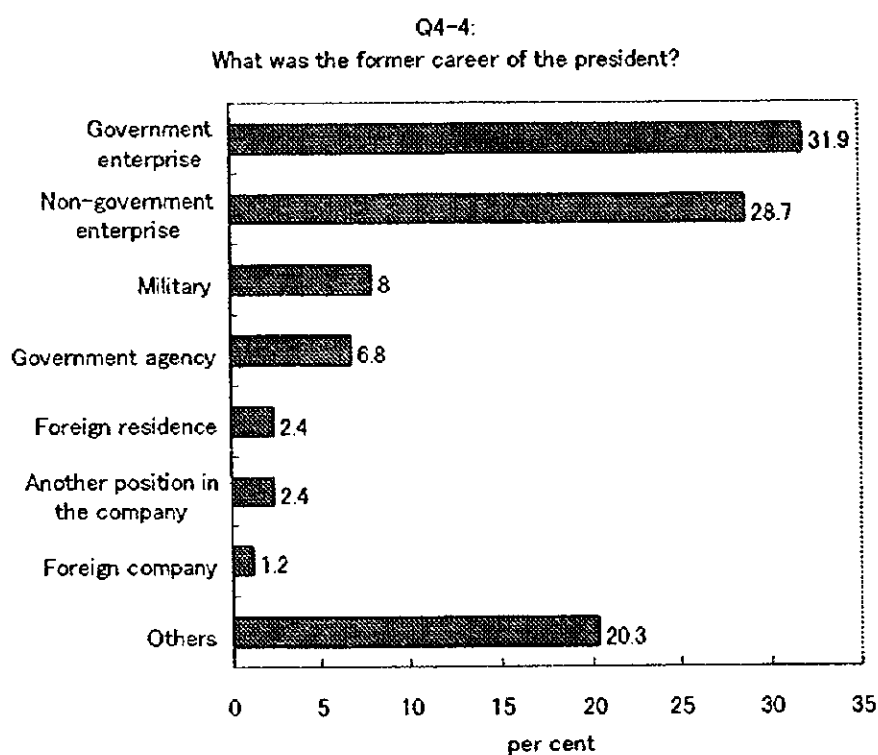
A great majority, or 60.2%, of the enterprises were founded “based on the idea of the founder.” This is followed by “based on the technologies and skills acquired at another firm” (24.3%), “based on technologies and skills acquired at a state enterprise” (13.1%), and “continuing the business of a cooperative” (8.2%). The percentages of companies that are continuing the businesses of state-run or private businesses are small at less than 3% each.



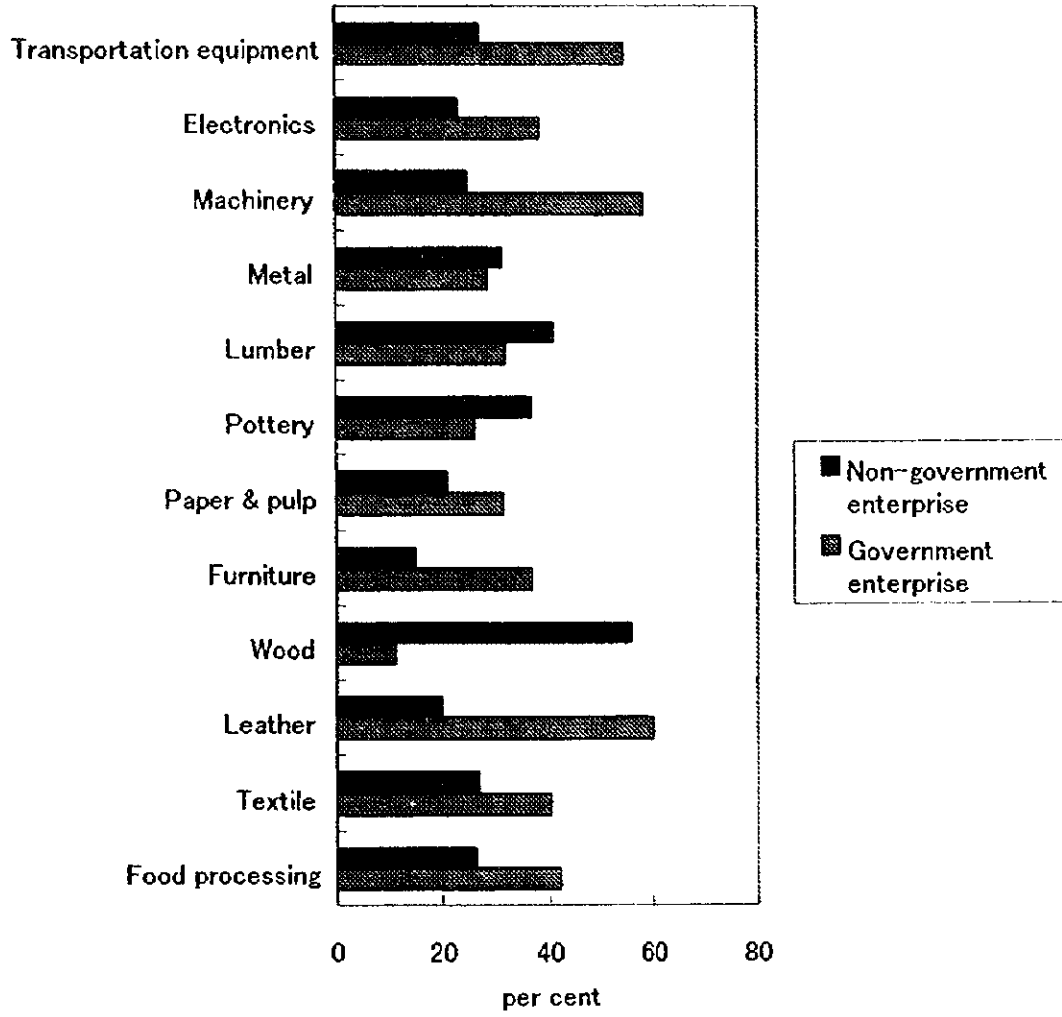
5) Former career of the president (Q4-4)

More than half of the presidents have previously worked at "state enterprises" (31.9%) or "other non-state enterprises" (28.7%) and had management experiences before starting the present business. On the other hand, former bureaucrats of the central government account for very small percentages, with "military" and "other government agencies" accounting for less than 3% each.

By type of business, in the leather goods and machinery industries, former employees of state-run enterprises account for 50 to 60% of the presidents. On the other hand, former employees of state enterprises account for only 10 to 30% in the food processing, textiles, and ceramics industries. These figures show that in the industries which require technologies to a certain extent, the presidents are often former employees of state-run enterprises.



Q4-4:
What was the career of the president? (by type of business)

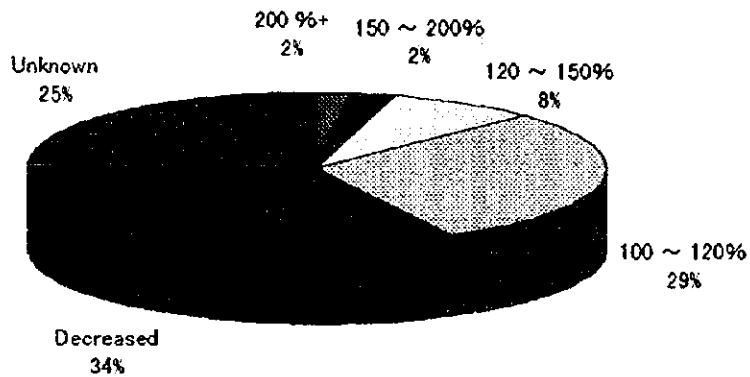


(2) Production and sales activities

1) Increase in sales (Q5-4)

Only 12% of the respondents saw sharp increases in sales, with the increase over the past three years reaching "more than 100%" (2%), "50-100%" (2%), and "20-50%" (8%). A large number of firms saw static sales with "0-20%" accounting for 29%. Only 41% of the enterprises saw sales growth. Businesses where sales "decreased" accounted for 34%. These figures indicate that while the economy has grown sharply, growth of businesses has been lagging.

Q5-4: How much has the profit increased or decreased over the past three years?

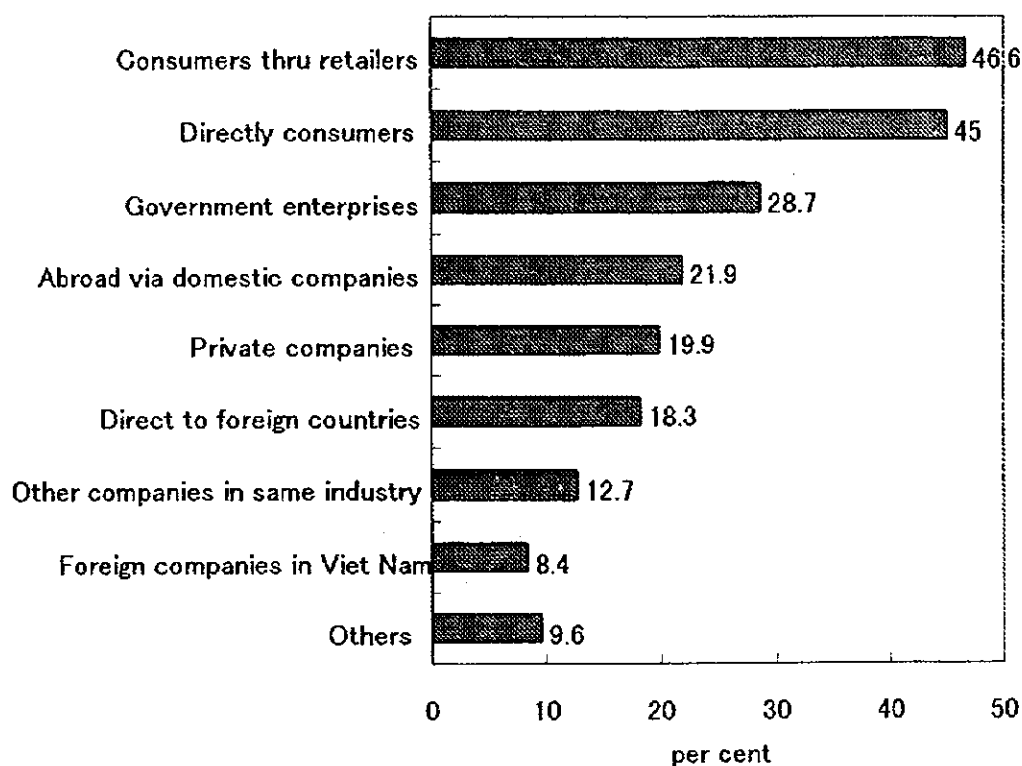


2) Customers (Q5-5: Multiple responses)

The largest percentage of the firms "sold to consumers through distributors and brokers" (46.6%). This is followed by "direct sales to consumers" (45%). Many firms are also "selling to state enterprises" (28.7%), to take advantage of their marketing channels. This indicates that private businesses' marketing channels have not yet developed. Export sales are also very important with 21.9% of firms "exporting via domestic firms" and 18.3% "selling directly to overseas customers."

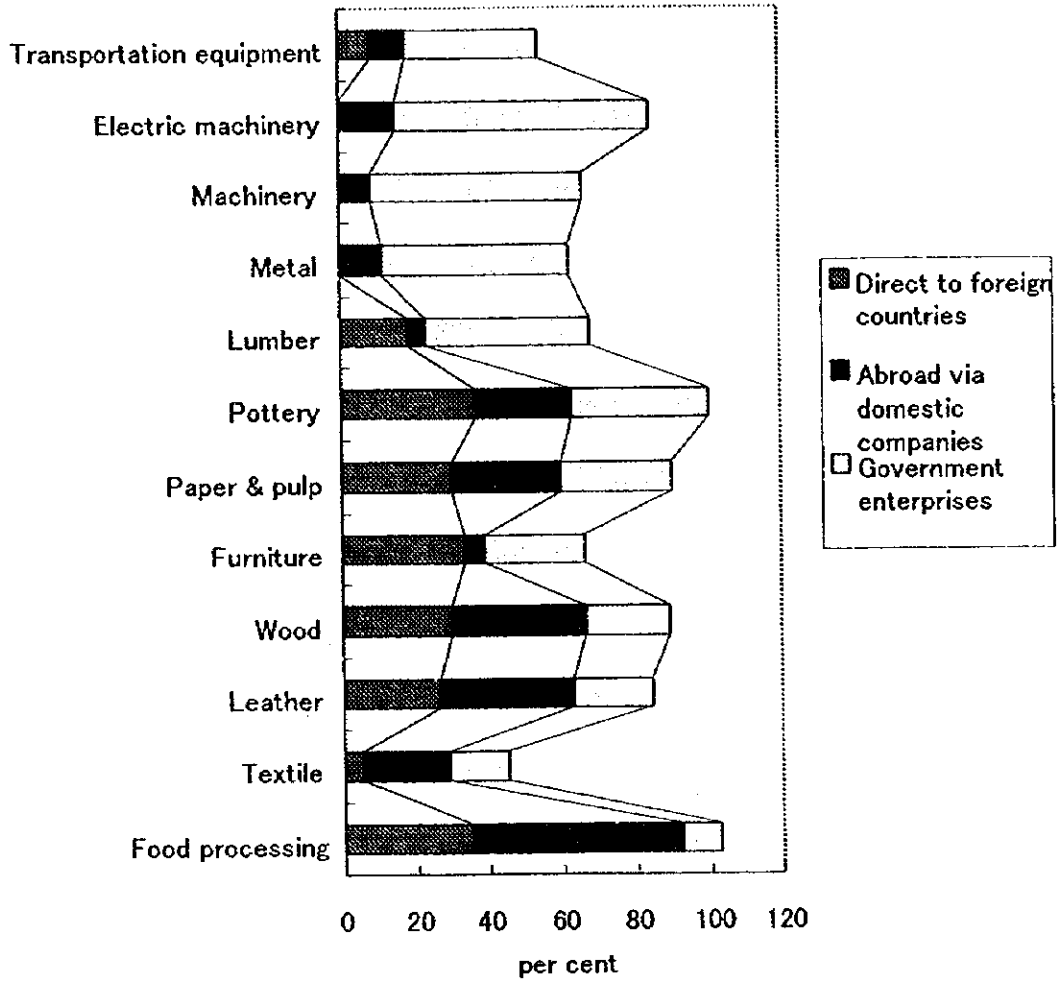
By type of business, exports account for large percentages in textile products, furniture and ceramics, for which overseas sales account for approximately 60%. In contrast, in the metals and machinery sectors, export sales account for only 0 to 15%. While "sales to state enterprises" account for less than 20% in textiles, furniture and ceramics, such sales account for more than 50% in the metals and machinery industries, suggesting that the latter group of industries heavily depend on state enterprises.

Q5-5:
To whom do you sell products? (multiple answers)



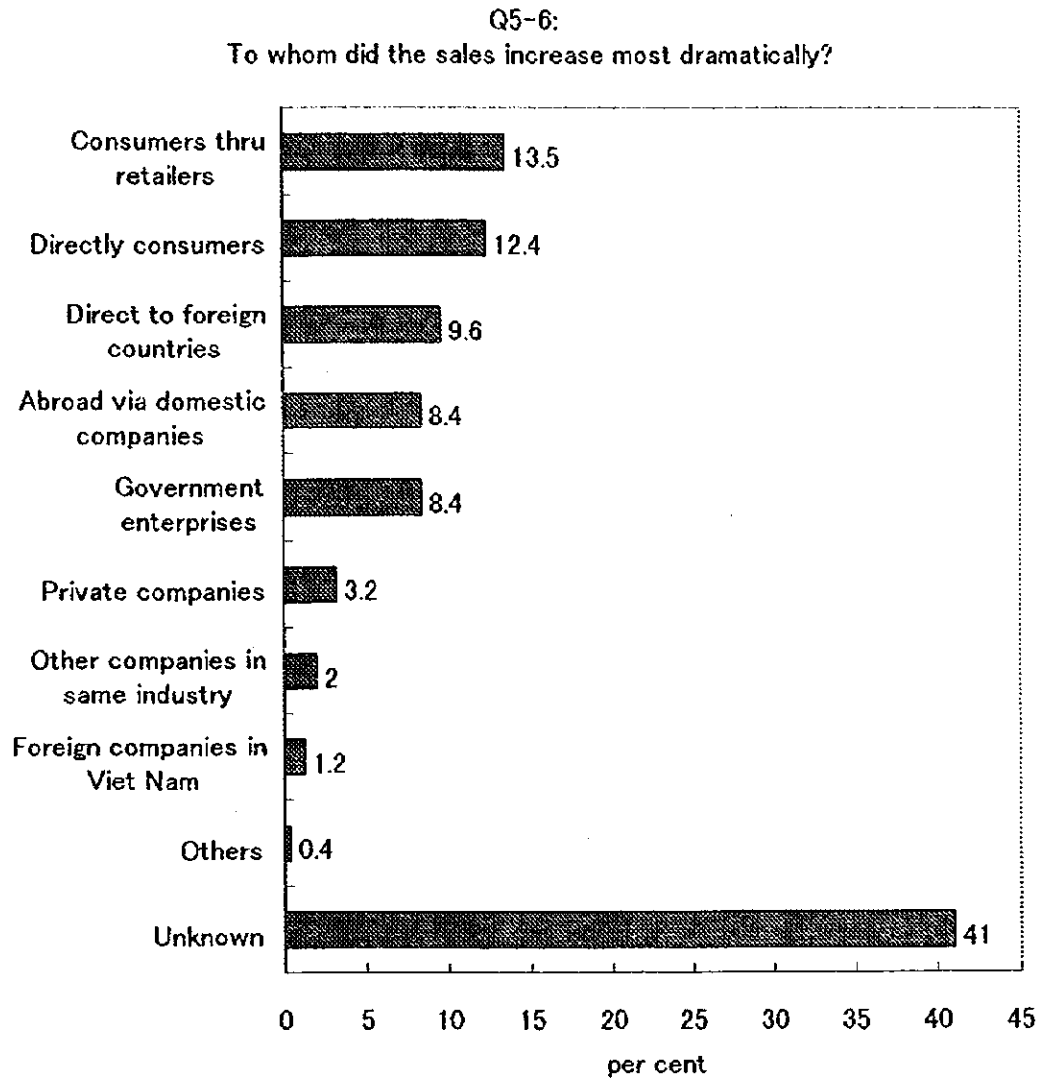
Q5-5:

To whom do you sell products? (multiple answers) (by type of business)



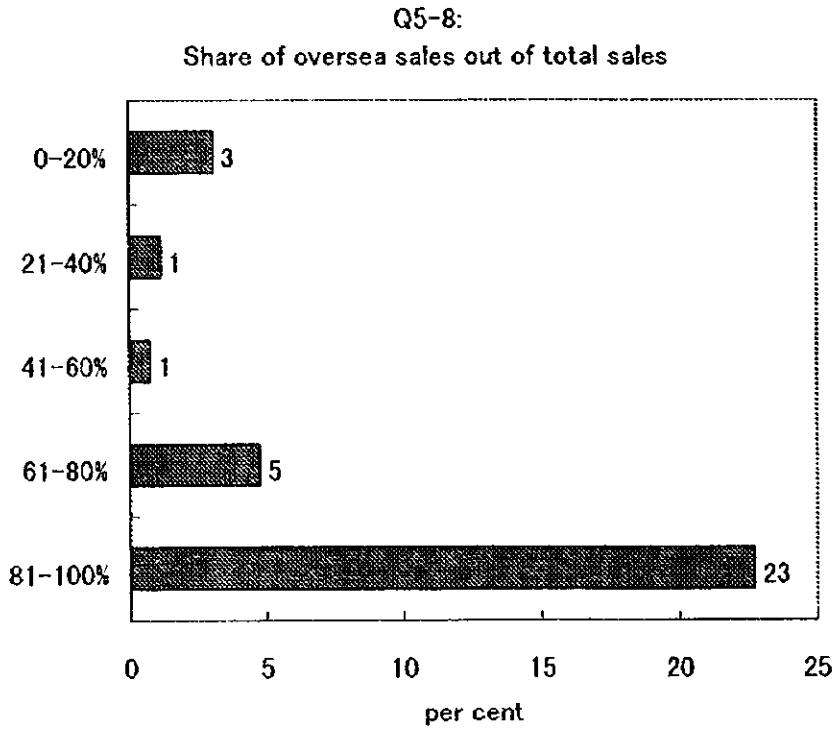
3) Customers to whom sales have been increasing sharply (Q5-6)

The customers to whom sales have been increasing sharply in recent years are more or less the same as the present customers. "Direct sales to overseas" (9.6%) ranks third in this category.



4) Share of overseas sales (Q5-8)

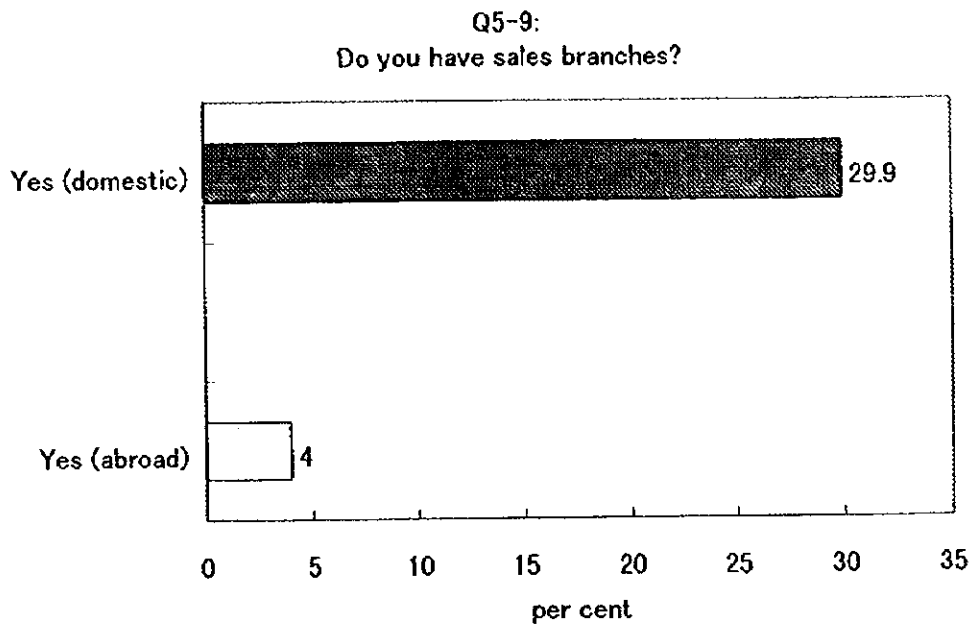
When we examine the shares of overseas sales of businesses exporting their products, we find that the shares are either very large or very small. Few companies have export shares of less than 80%. Those companies where export shares are "Between 81% and 100" account for 23%. Excluding the companies which responded that "they did not know," two-thirds of the exporting businesses are exporting from 81 to 100% of their products overseas, indicating that these firms are specializing in overseas sales.



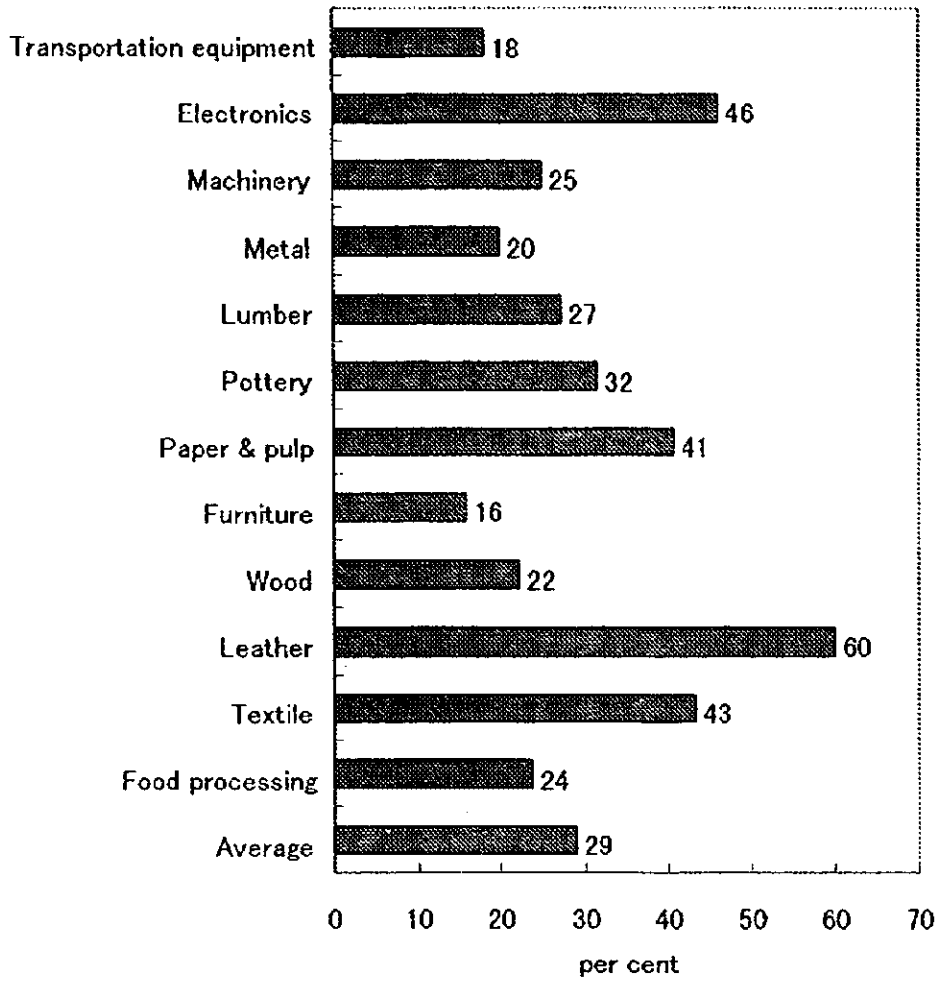
5) Sales branches (Q5-9)

Thirty percent of businesses have domestic sales offices, but only 4% have overseas sales offices. We can, therefore, see that most exporting firms have yet to build overseas sales networks.

More than 40% of textile, leather, paper and electrical machinery producers have domestic sales offices, but only about 20% of furniture, metals, and transport equipment makers have such outlets.



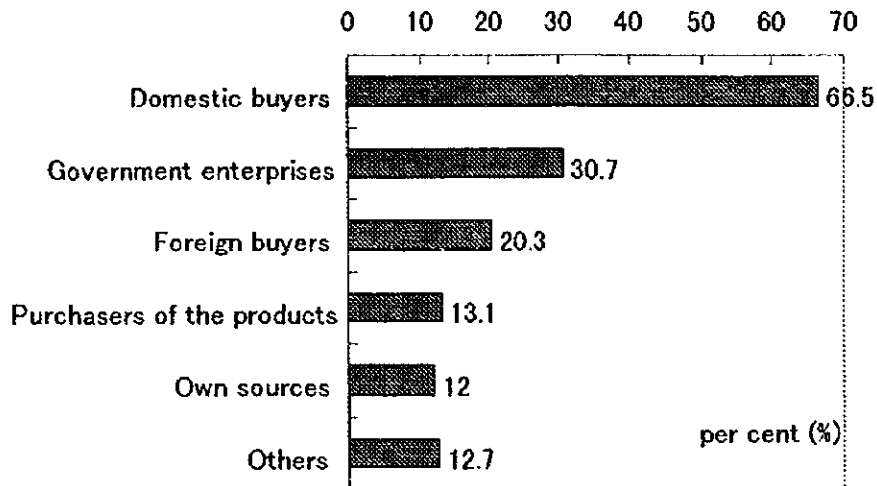
Q5-9:
Do you have domestic sales branches? (by type of business)



6) Raw materials and parts procurement (Q5-10)

The largest percentage of firms responding to the survey answered that they were buying from “domestic vendors” (66.9%). There are several other routes, including “state enterprises” (30.7%), and “overseas vendors” (20.3%). There are no significant differences by type of business.

Q5-10:
From whom do you purchase components?

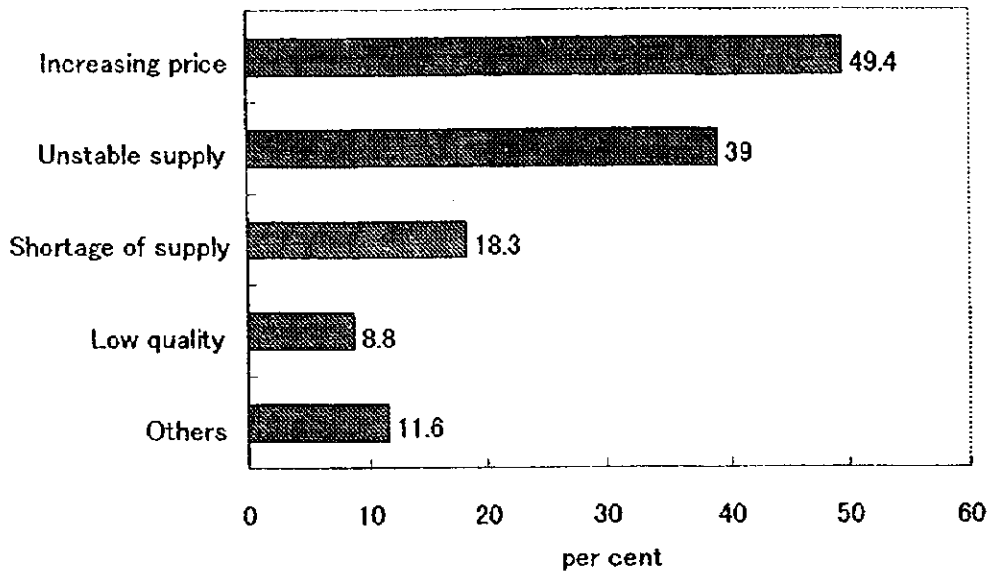


7) Problems in raw materials procurement (Q5-11: Multiple answers)

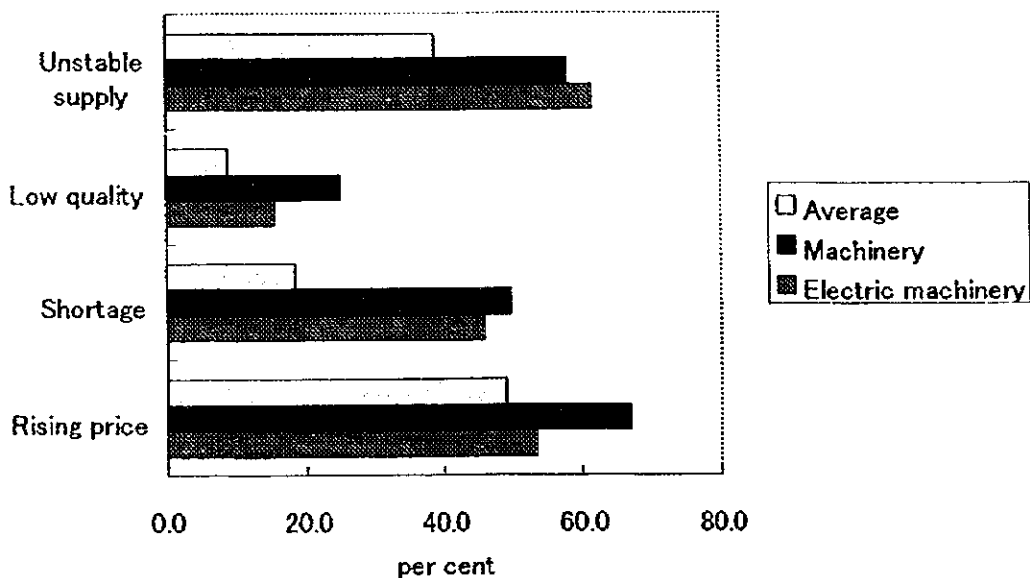
The major problems are “price increases” (49.4%) and “unstable supply” (39%). “Depletion of materials” (18.3%) and “decline in product quality” (8.8%) are not serious problems.

By type of business, firms in the machinery and electrical machinery categories pointed out more problems than the overall average. Securing the supply of raw materials is a serious problem for management.

**Q5-11: What are the problems with obtaining raw materials?
(multiple answers)**



**Q5-11: What are the problems with purchasing raw materials?
(multiple answers) (by type of business)**

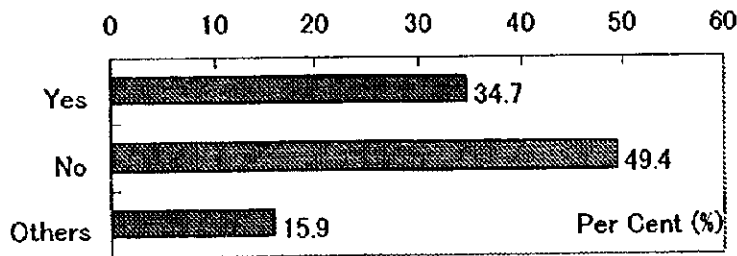


8) Subcontracting (Q6)

Approximately one-third of all businesses surveyed engage in production as a subcontractor.

However, there is a wide divergence by industry, ranging from 10% in the ceramics industry and 18% in food processing to 48% in furniture-making. The percentage of firms engaged in production as a subcontractor is extremely high in the textile industry at 67.6%.

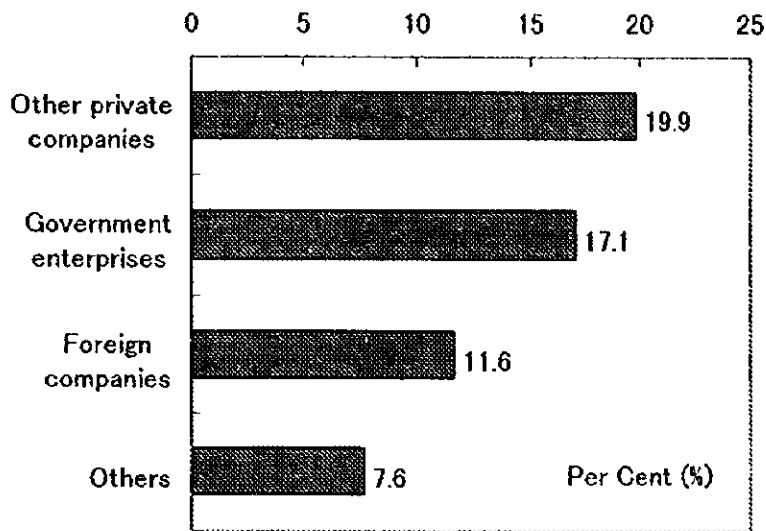
Q6:
Do you produce for subcontract?



9) Firms using subcontractors (Q6-1)

Twenty percent of firms responded that they are receiving subcontract orders from “other private enterprises.” This is followed by “from state-run enterprises” (17%) and “foreign firms” (12%).

**Q6-1:
Who gives you a subcontract?**

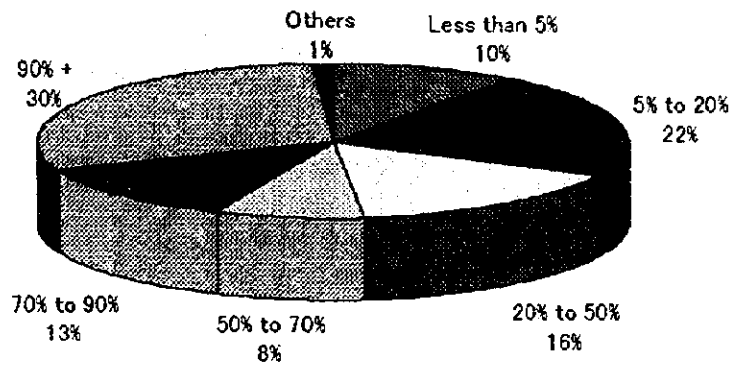


10) Share of subcontracted work (Q6-2)

Among the businesses receiving subcontract works, the largest percentage (30%) responded that “more than 90%” of their production is subcontracted work. However, the share of subcontracted work varies widely from company to company. The survey shows that there is no large group of firms specializing in subcontracted work.

There is no significant difference by type of business.

Q6-2:
What percentage the sales from subcontract account for the total?



(3) Membership in commerce and industry associations or unions

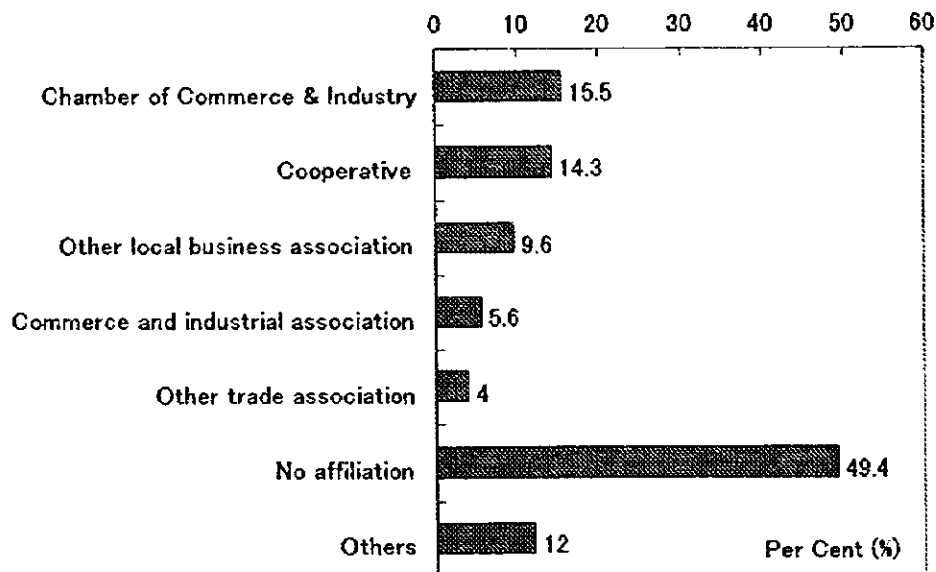
1) Membership (Q8)

The share of businesses which are members of commerce and industry associations or unions is generally low. Nearly half (49%) of small and medium-sized firms do not participate in any organization. The largest percentage (15.5%) are members of "Chambers of Commerce and Industry," followed by "cooperative unions" (14.3%). Only a small portion of firms are members of "Commerce and Industry Associations" (5.6%) or "other industry associations" (4%).

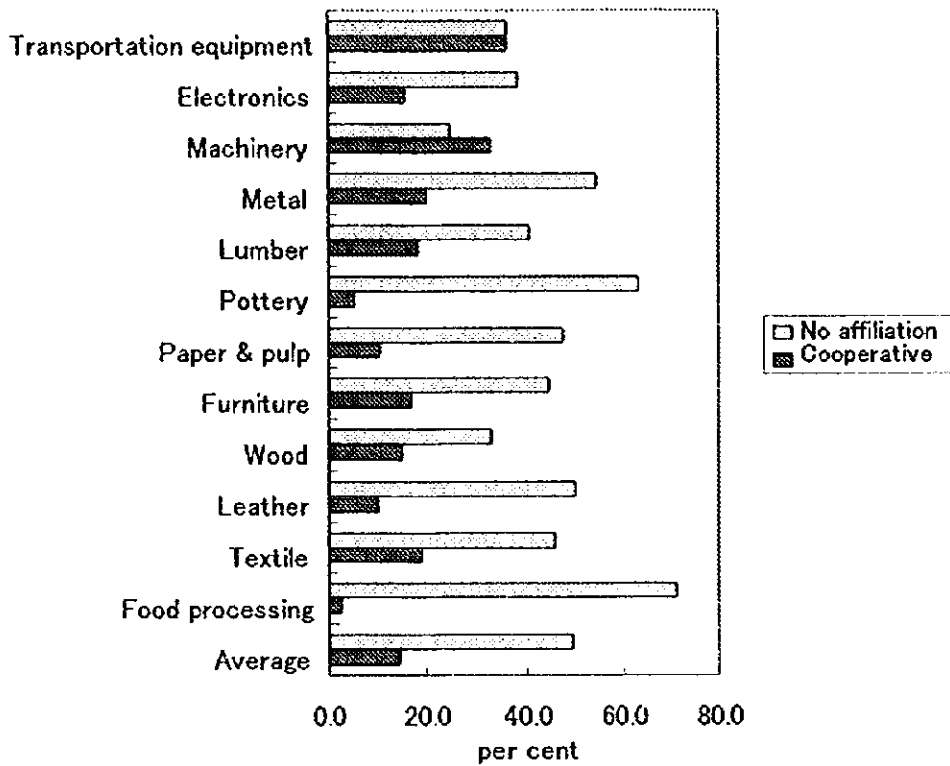
The membership in cooperative unions is very low in food processing (2.6%) and the ceramics industry (5.3%). By contrast, the membership rates are relatively high in the metal products and machinery industries, in which nearly 30% of businesses are members, showing that there is a wide divergence in the membership rates by type of business.

The membership rates by the size of business show that while approximately 70% of small firms (those employing less than 30 persons) have not joined cooperative unions, it is evident that the larger the firm, the higher the membership rate.

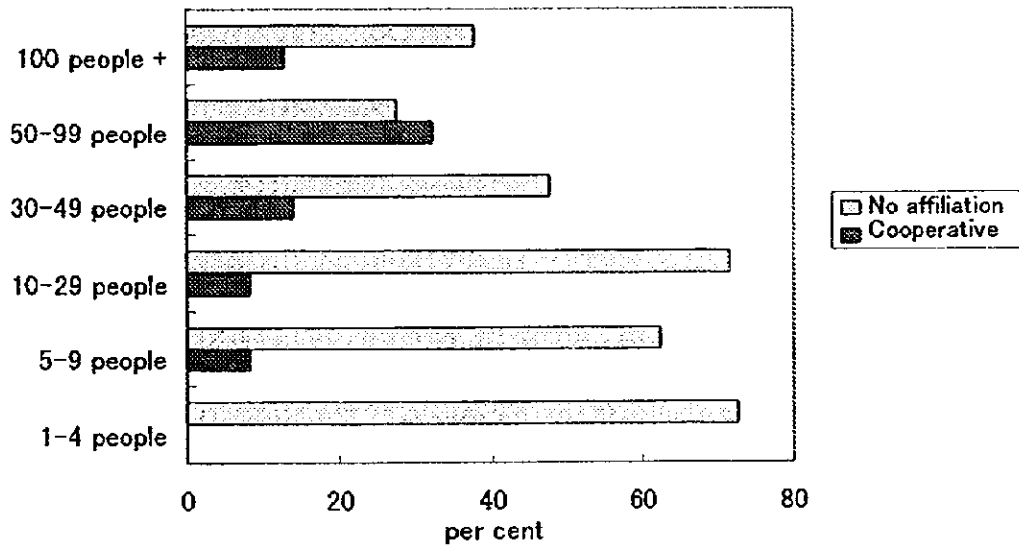
Q8:
Company affiliation



Q8:
Are you a member of any organizations? (by type of business)

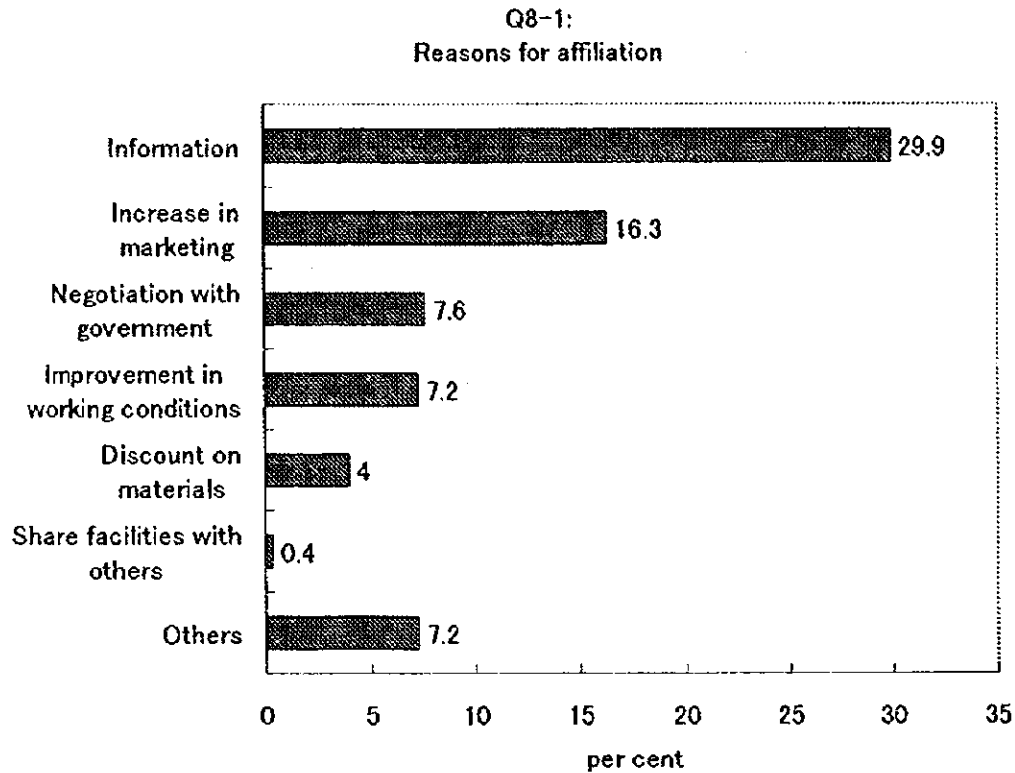


Q8:
Do you have any affiliation? (by number of employees)



2) Reasons for joining associations (Q8-1)

The factor most often cited as a reason for joining an association or organization is “the ease in obtaining information” (29.9%). This is followed by “to enhance sales capability” (16.3%), “helps negotiations with the government” (7.6%) and “to improve working conditions of employees” (7.2%).

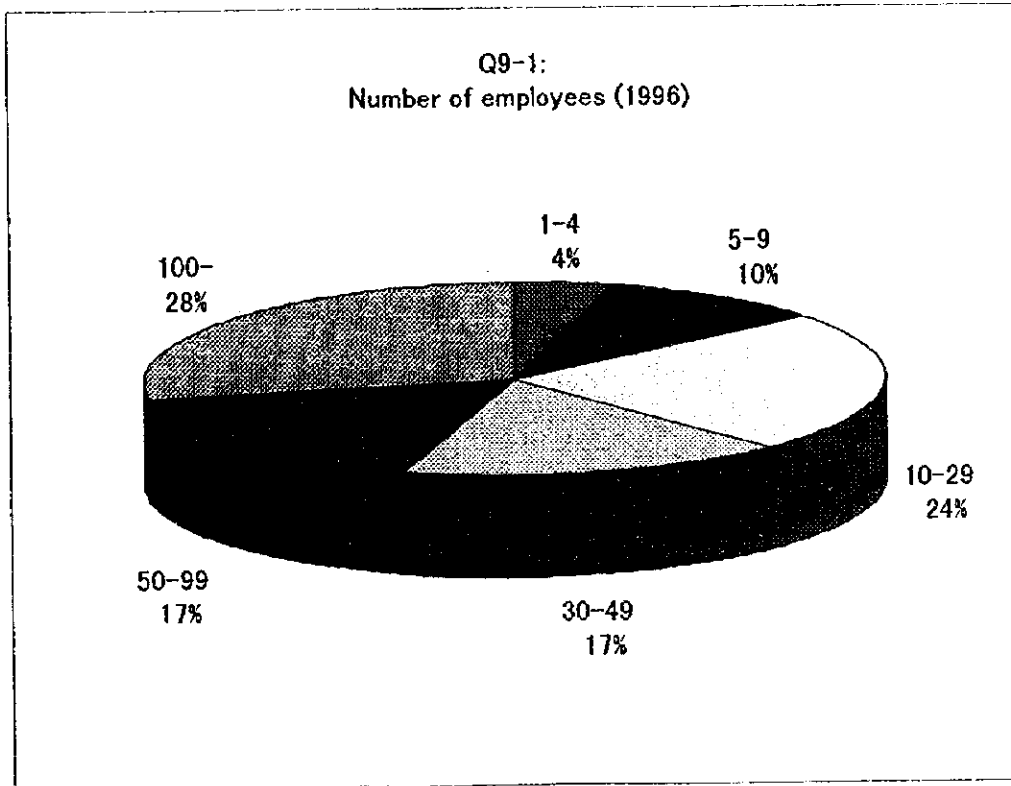


(4) Employment and wages

1) The number of employees (Q9-1)

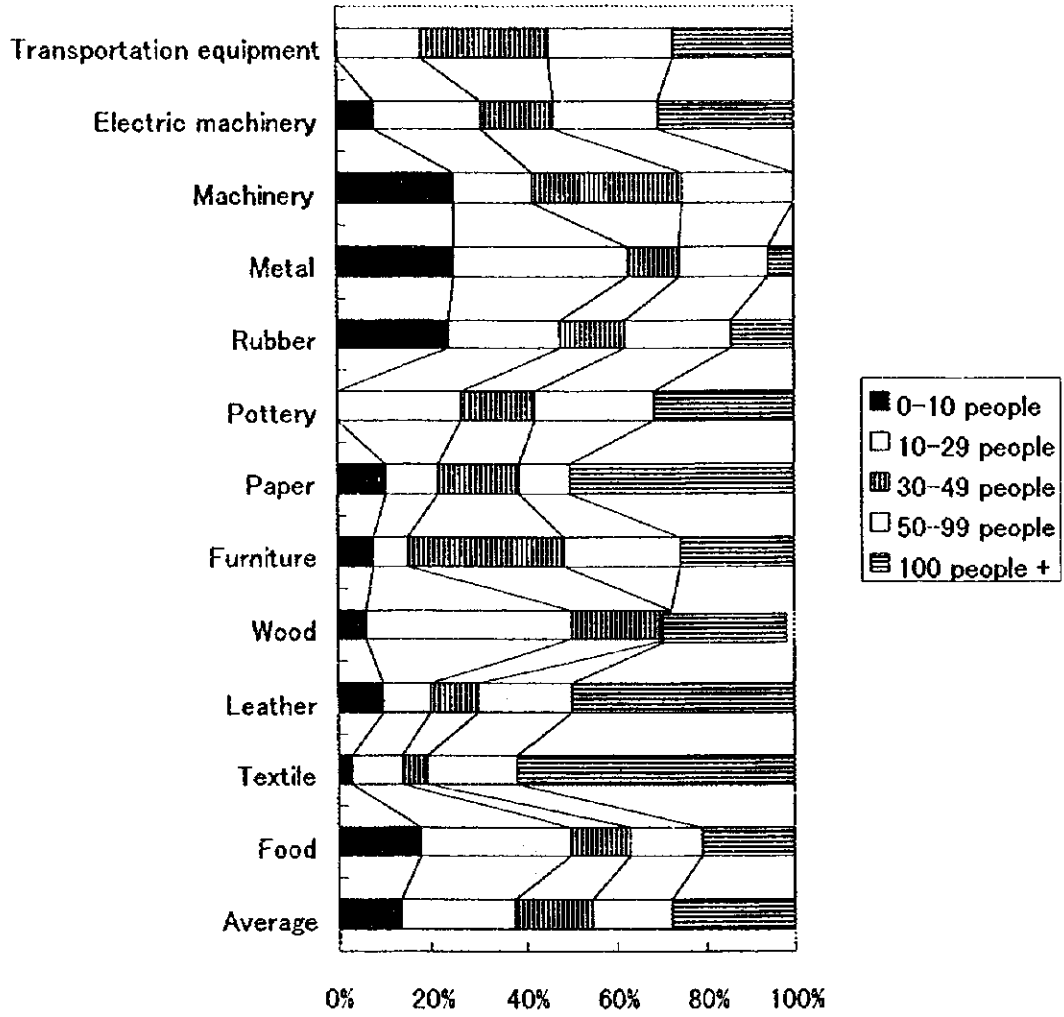
The largest proportion (28%) employed "over 100 persons." However, the numbers of employees varied widely among the responding businesses. Seventeen percent employed "between 50 and 99 persons," 17% "between 30 and 49 persons," 24% "between 10 and 29 persons," and 13% "less than 10 persons."

By type of business, the shares of companies employing more than 100 persons were large in textiles, leather products and paper products. These industries had very small percentages of firms with less than 10 employees. There were a large number of very small businesses in the metals and machinery industries, in which there were few firms employing more than 100 persons.



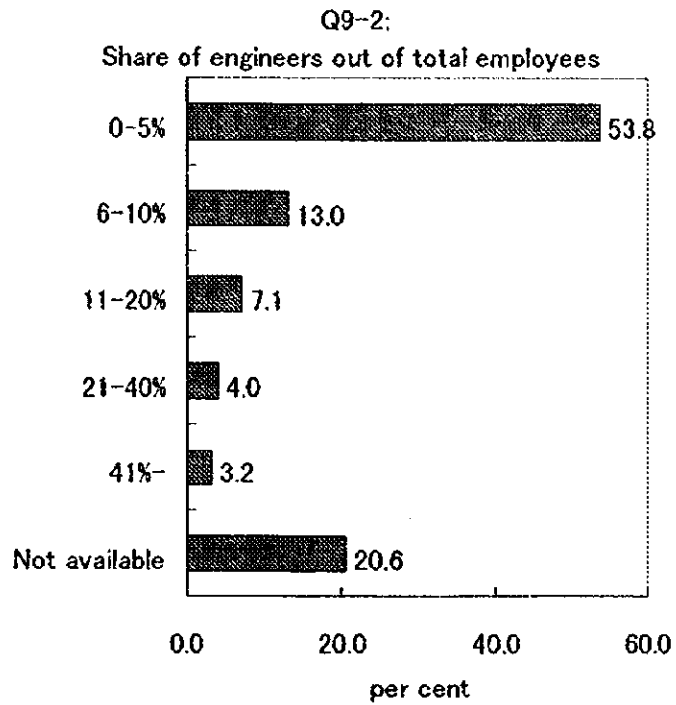
Q9-1:

Matrix (number of employees and type of business)



2) Share of engineers (Q9-2)

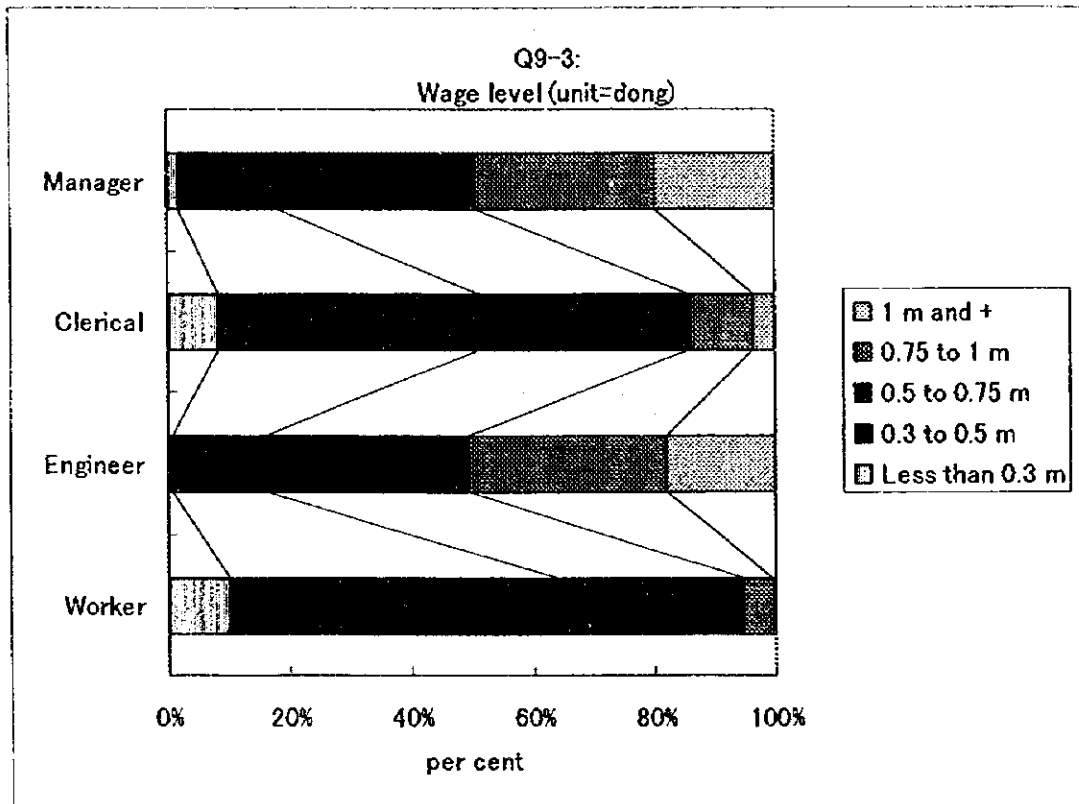
In all companies, the shares of engineers were small ranging from “less than 5%” (54%) and “from 6 to 10%” (13%). Only 14% of the responding firms said the share of engineers in total work force was 10% or more.



3) Wage levels (Q9-3)

The wage levels are the lowest for factory and clerical workers. Fifty-three percent of factory workers and 34% of clerical workers get "more than 300,000 dong but less than 500,000 dong a month." (US 1 dollar is approximately 10,000 dong.) Approximately 30% of engineers and managerial personnel receive "500,000-700,000 dong a month."

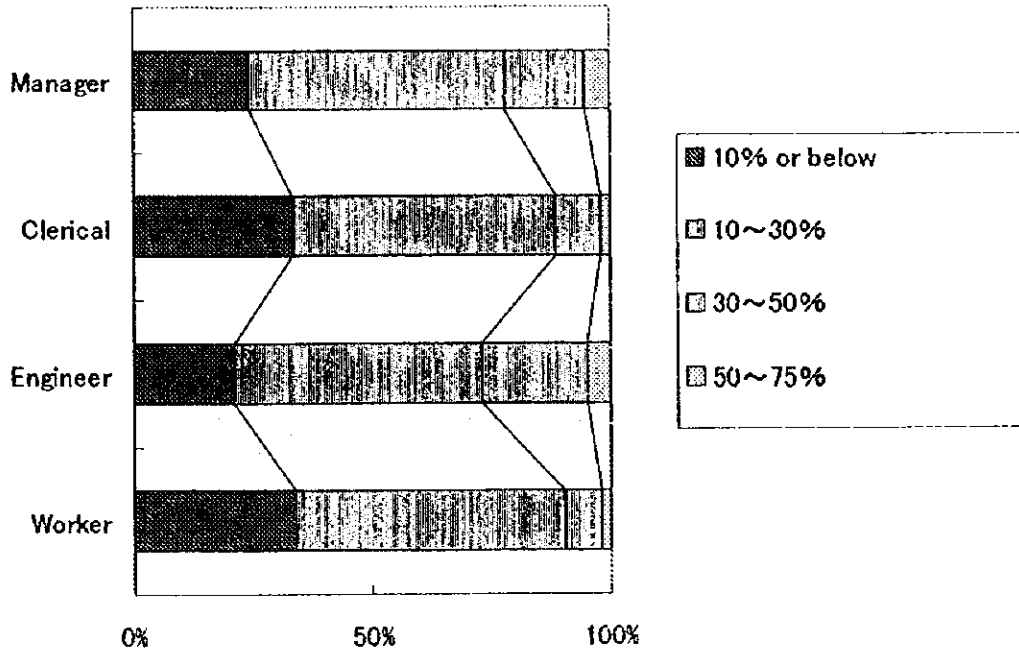
However, wage levels vary widely, with 10% of factory workers earning "less than 300,000 dong" a month, while 16.3% of managerial personnel earn more than "1 million dong" a month.



4) The rate of wage increase (Q9-4)

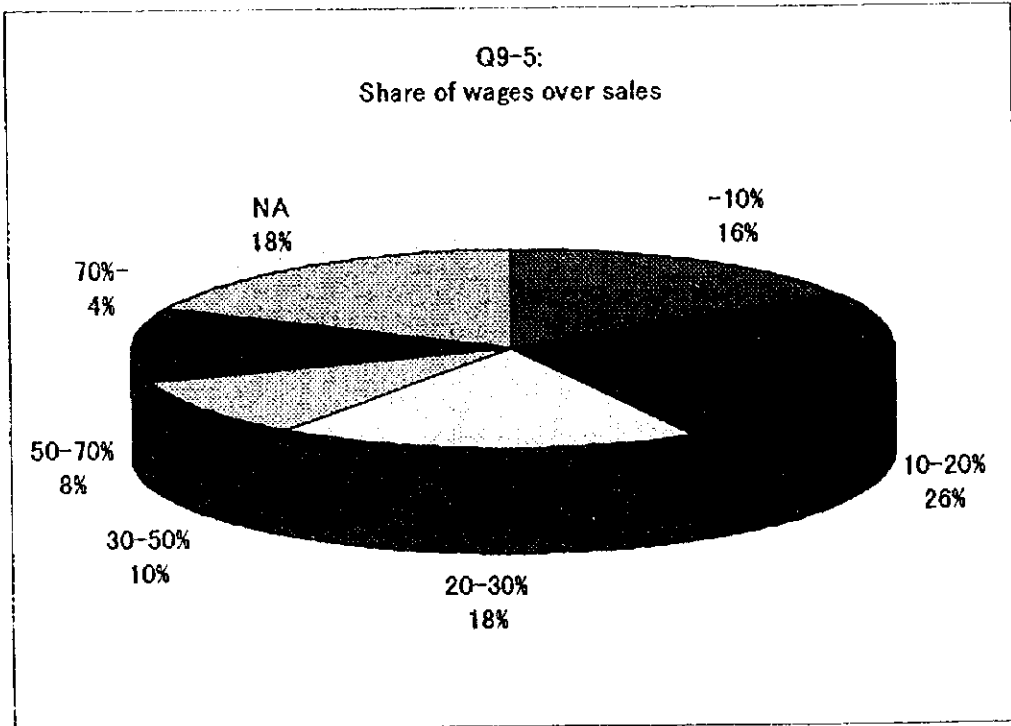
In all job categories, the largest proportion of workers (35.4%) are receiving wage increases of “10-30%.” Eighty percent of responding firms said the rate of wage increase was from zero to 30%. Only 10.6% of respondents experienced wage increases of “30% or more.”

Q9-4:
Ratio of wage increase



5) The ratio of wage costs to sales (Q9-5)

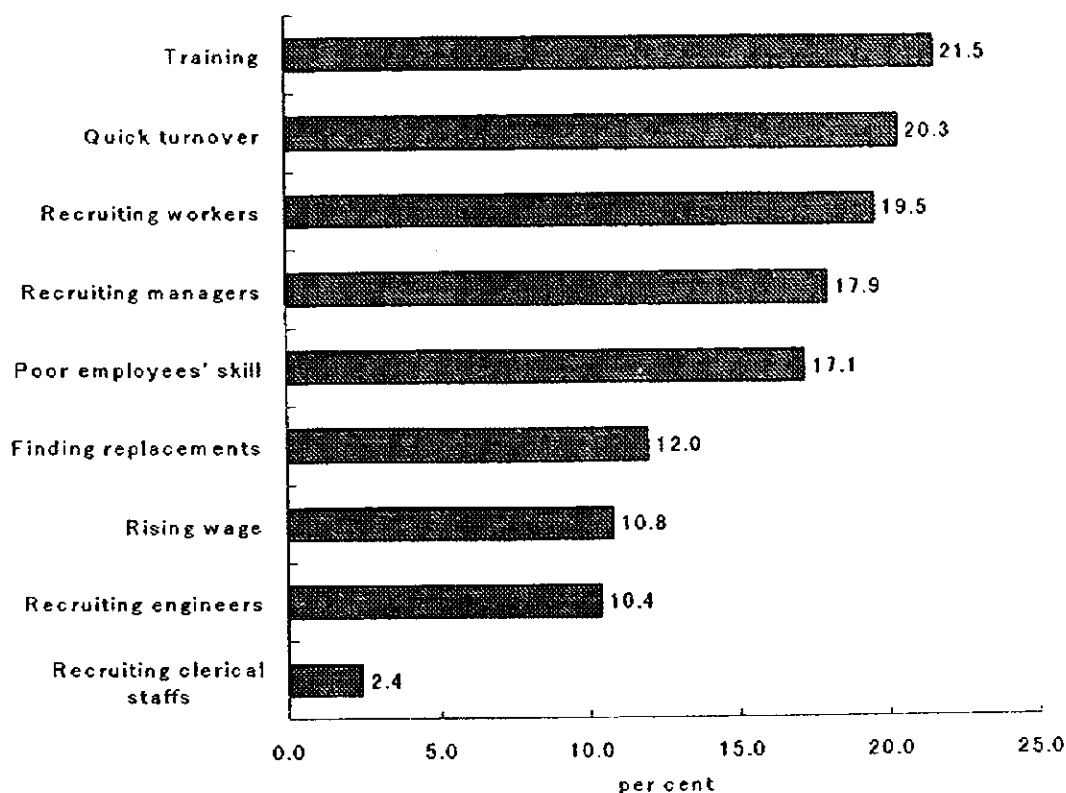
Generally speaking, the ratio of wage costs to sales is not very high. At 43% of the firms, the ratio of wage costs to sales is less than 20%: "less than 10%" (16%) and "10-20%" (27%). We can, therefore, see that low wages are contributing to the international competitiveness of Vietnamese firms.



6) Problems associated with securing work force (Q9-6)

Many businesses are faced with the problems associated with recruiting and training employees. More than 20% each of the responding firms cited "difficulties in training employees," "high turnover ratios," and "difficulties in securing factory workers." These are the most serious problems for management. Only a small number of firms (2.4%) experience "difficulty in recruiting clerical workers." However, more than 10% of the firms cited "difficulties in securing managerial personnel" (17.9%), "low skill levels" (17.1%), "the absence of a successor" (12%), "sharp wage increases" (10.8%), and "shortage of engineers" (10.4%). In order to promote the development of small and medium-sized businesses, worker education and training are essential.

Q9-6:
What problems do you face with recruiting and training employees?
(multiple answers)



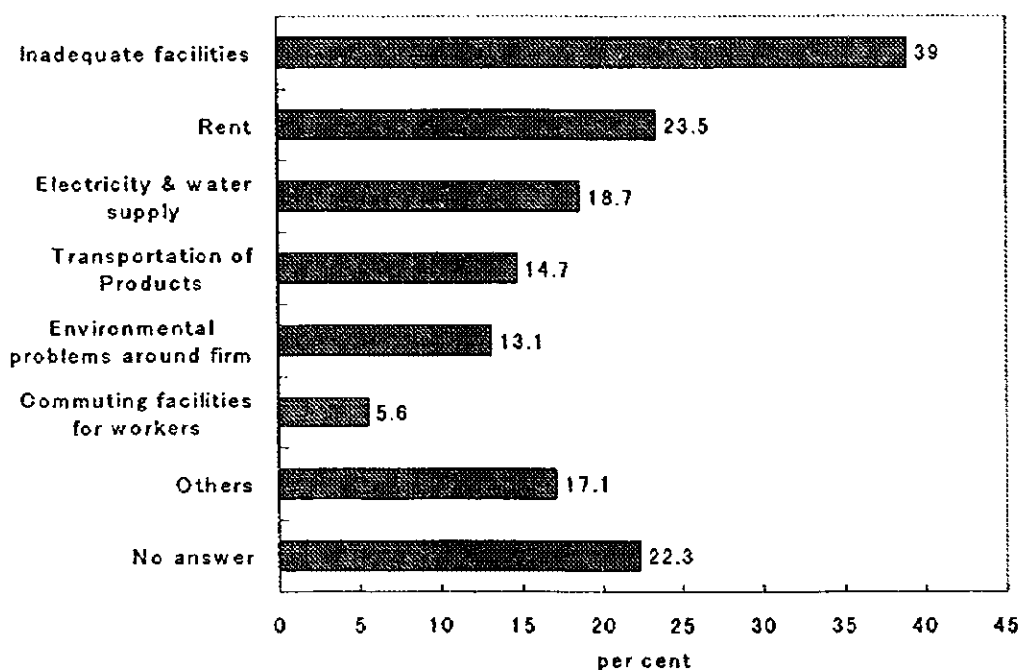
(5) Production facilities

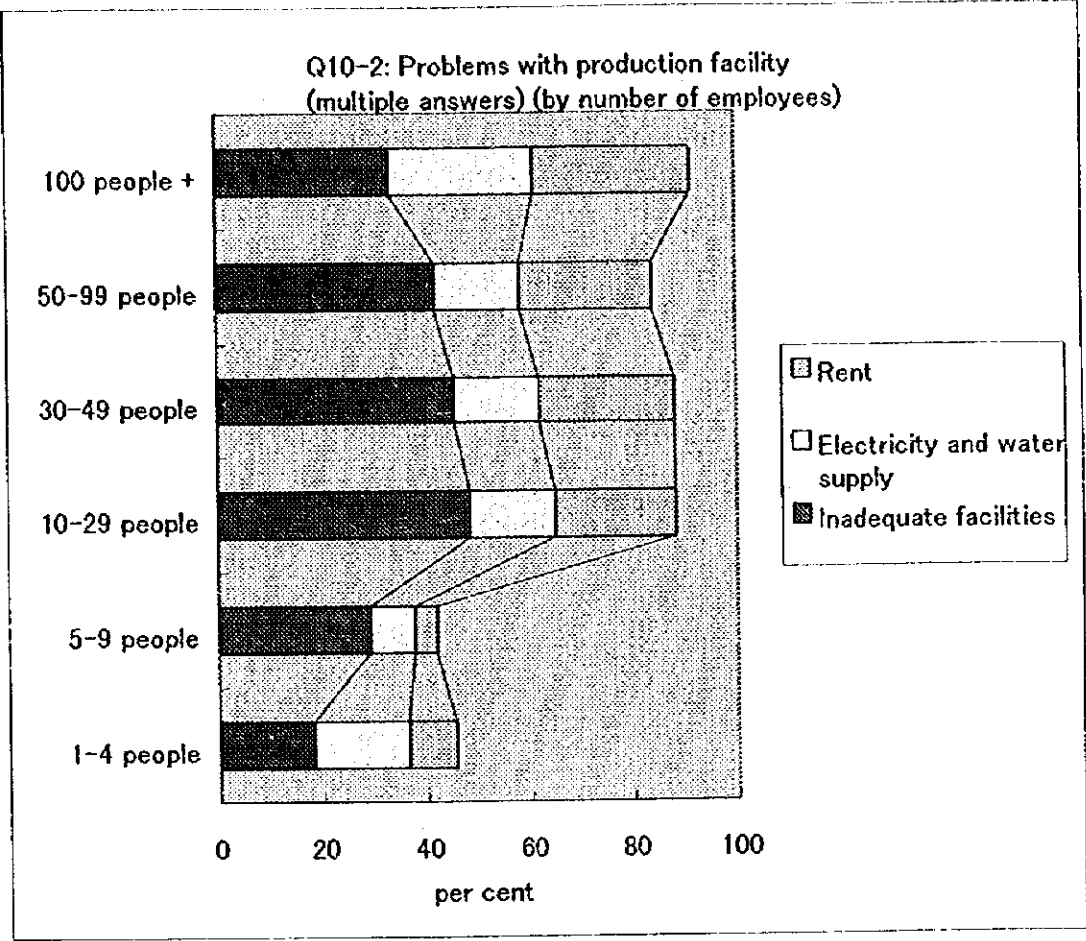
1) Problems associated with production facilities (Q10-2)

There are some serious problems associated with production facilities. Although there are some divergence from industry to industry, on average nearly 40% of responding firms cited "lack of space—small facilities" as a problem. The second problem is "sharp increases in land rent" (23.5%). Nearly 20 percent of firms respectively cited problems associated with basic infrastructure, such as "sharp increases in land rental charges" and "securing electric power and water supplies." Solving these problems will continue to be major priorities in the future as well.

By size of business in terms of the number of employees, although the problems are not very serious for very small businesses employing less than 10 persons, "the lack of factory space" (more than 35%) and "sharp increases in land rental charges" (more than 20%) are serious problems for businesses employing more than 10 persons.

Q10-2: Problems with production facility (multiple answers)

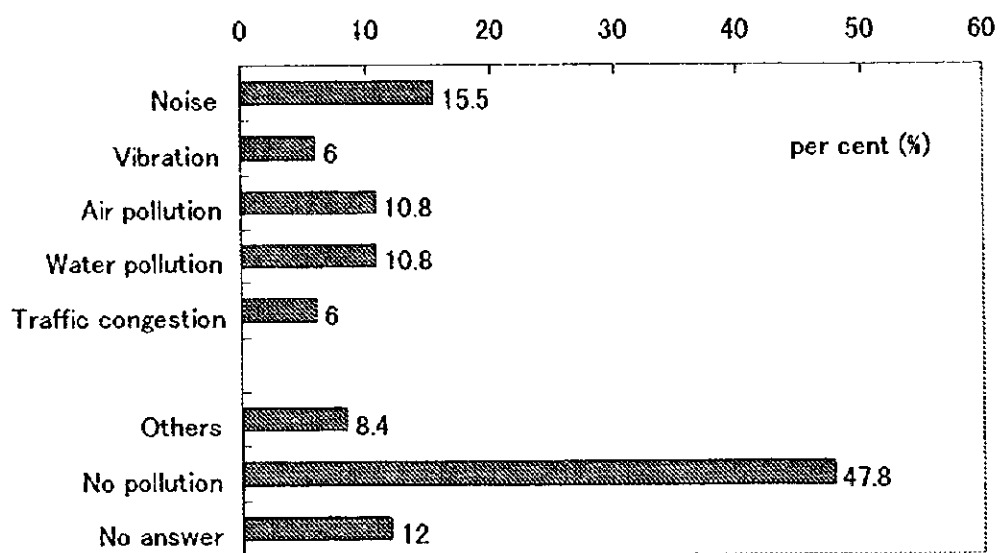




2) Environmental problems (Q10-3)

Among all the respondents, 47.8% replied that there was “no environmental problems.” This suggests that in Viet Nam, environmental problems have not surfaced or that awareness of environmental issues among businessmen is very low. Fifteen percent of respondents cited “noise” as a problem, followed by “air pollution” and “water pollution” (approximately 10% each). Only 6% each cited “vibration” and “traffic congestion.”

Q10-3:
Environmental problems

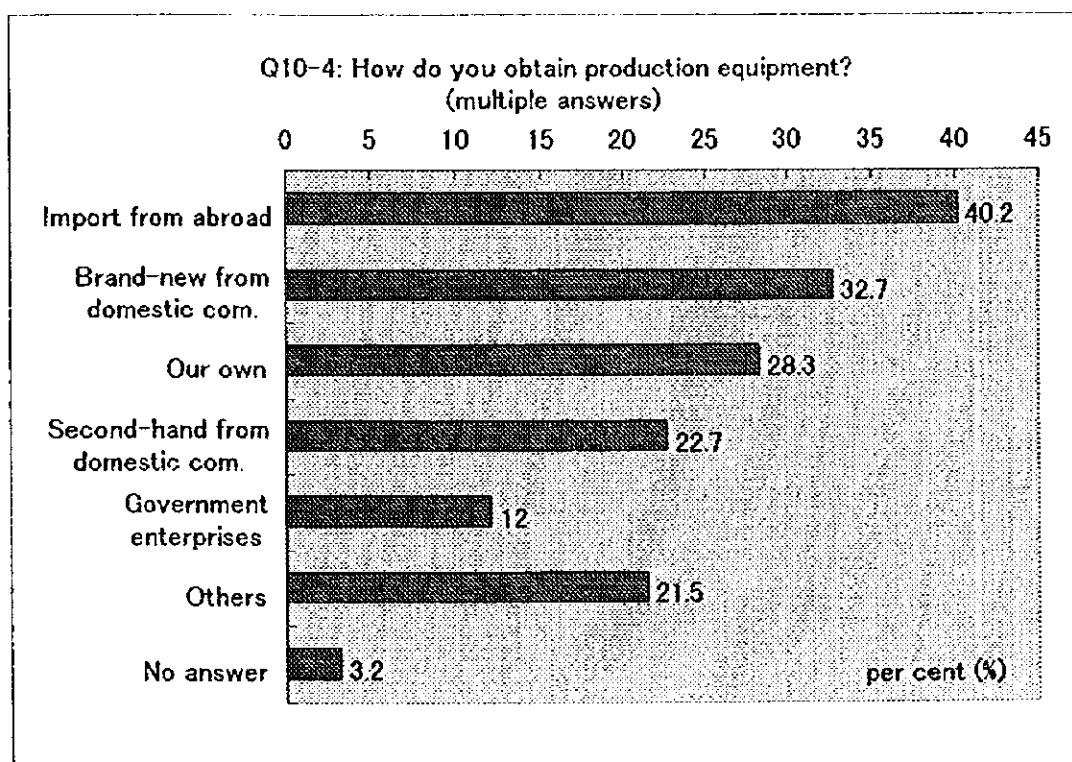


3) Methods of procuring production equipment (Q10-4)

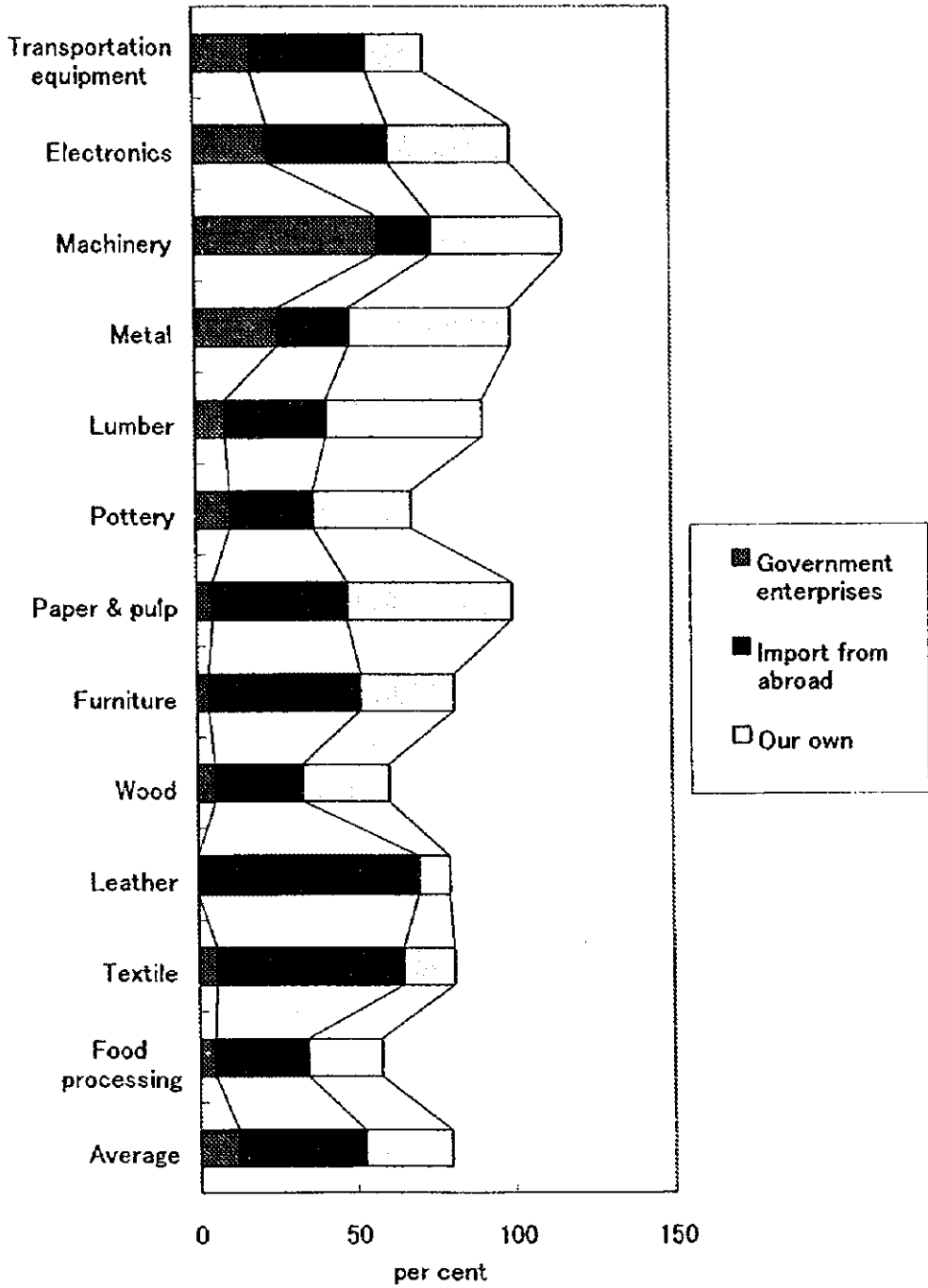
“Imports from overseas” (40.8%) are an outstanding means of procuring production equipment. Domestic procurement also accounts for a large share with “new equipment from other domestic enterprises” (32.7%) and “used equipment from other domestic enterprises” (22.7%). Nearly thirty percent (28.3%) “manufacture production equipment in-house.” These figures show that the machinery industry in Viet Nam has not yet well developed.

By type of business, exporting sectors, such as textiles, leather products and furniture, depend heavily on imports for production equipment, with nearly 50% or more of these firms doing so. In the metals and machinery industries, the shares of “used equipment from state-run enterprises” and “in-house production” are higher than in other industries. We can assume that these sectors are relying on state-run enterprises.

By size of business in terms of the number of employees, the larger the firm, the larger the degree of dependence on imports. Conversely, the smaller the size, the higher the share of in-house production of equipment, as indicated in the chart below.

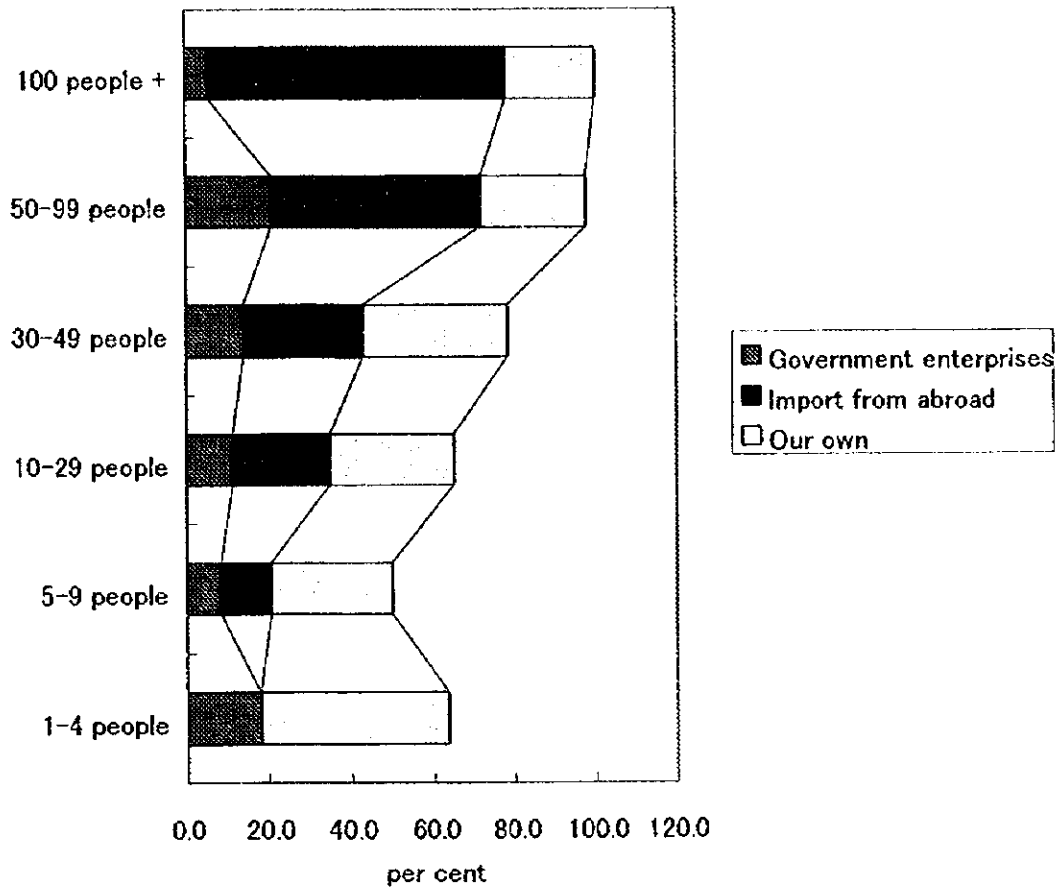


Q10-4:How do you obtain production equipment?
(multiple answers) (by type of business)



Q10-4:

How do you obtain production equipment? (multiple answers) (by number of employees)

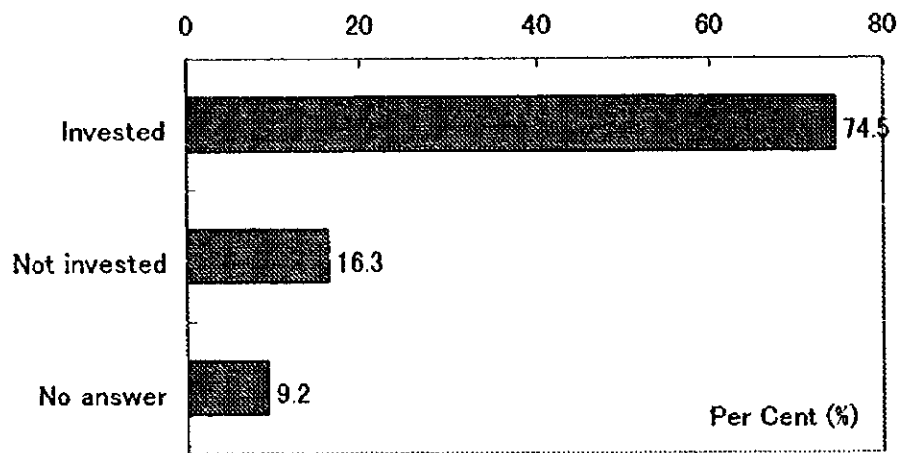


4) Actual capital investment (Q10-5)

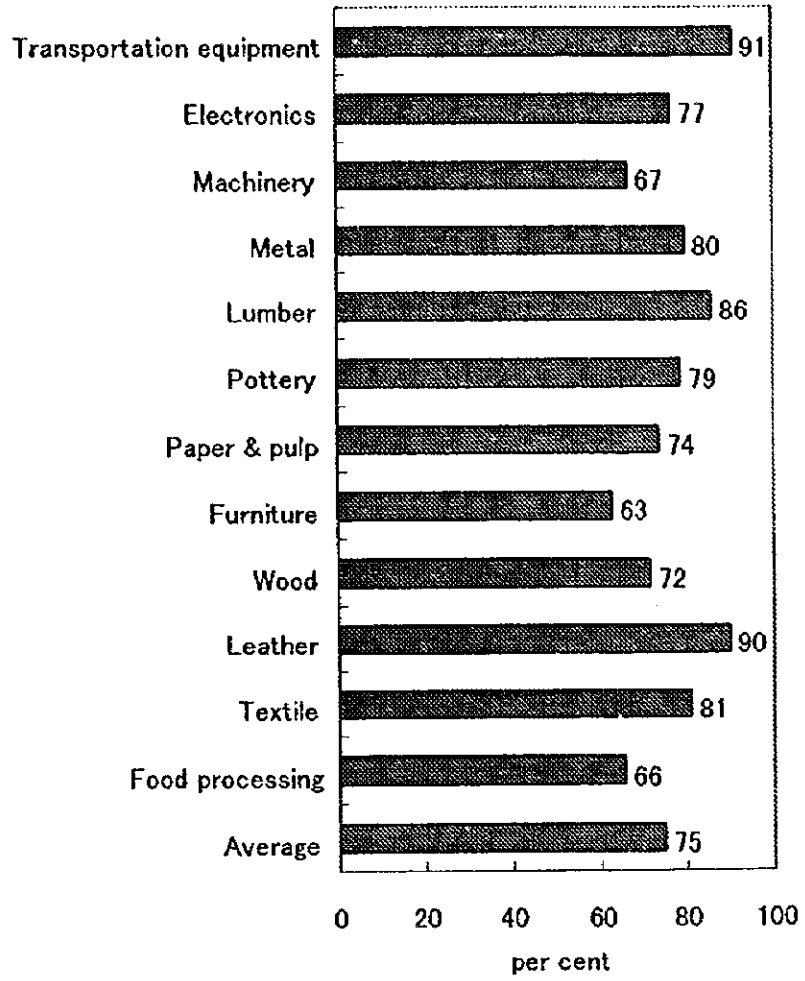
Among all the responding firms, 74.5% are making capital investment.

Although there is some variance from industry to industry, furniture making (63%) and food processing (66%) have the lowest percentage of firms making capital investment (in the 60s), while the percentages are the highest in leather products (90%) and transport equipment (91%).

Q10-5:
Investment in plant or equipment



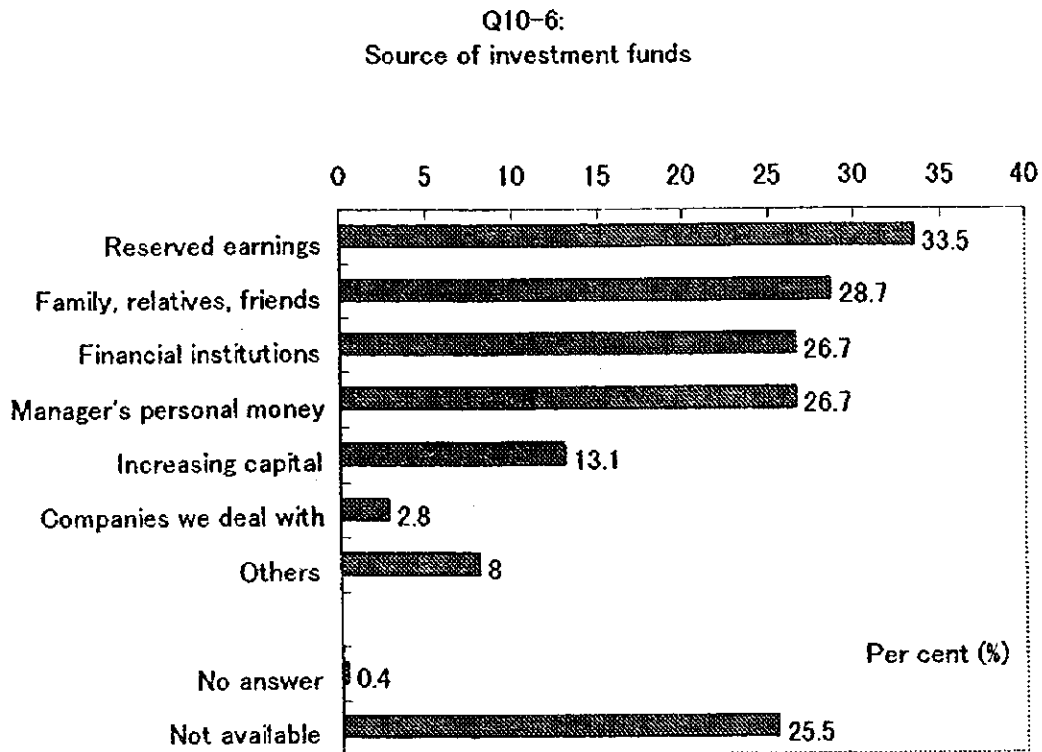
Q10-5:
Have you invested on facilities? (by type of business)



5) Fund-raising methods for capital investment (Q10-6)

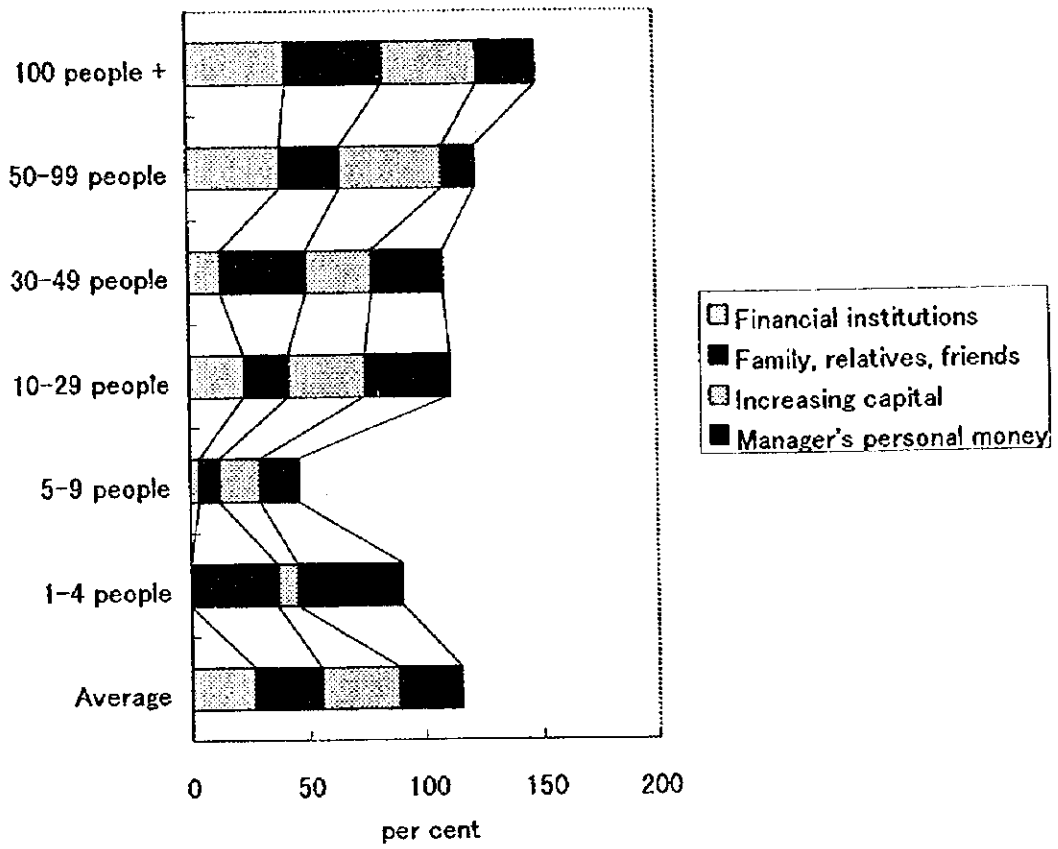
As to the method of raising funds for capital investment, the largest share of companies (43.3%) responded that they used "accumulated savings of past earnings." Fund raising through personal contacts was also a major means with "borrowing from family, relatives, and friends" accounting for 28.7% and "personal funds of the president" accounting for 26.7%. Only 26.7% of firms used "financial institutions," indicating that financial institutions do not support businesses very much in Viet Nam.

By size of business in terms of the number of employees, the smaller the business, the more frequent the use of personal ties for fund raising. Conversely, the larger the business, the larger the shares of "capital increases" and "borrowing from financial institutions or money lenders."



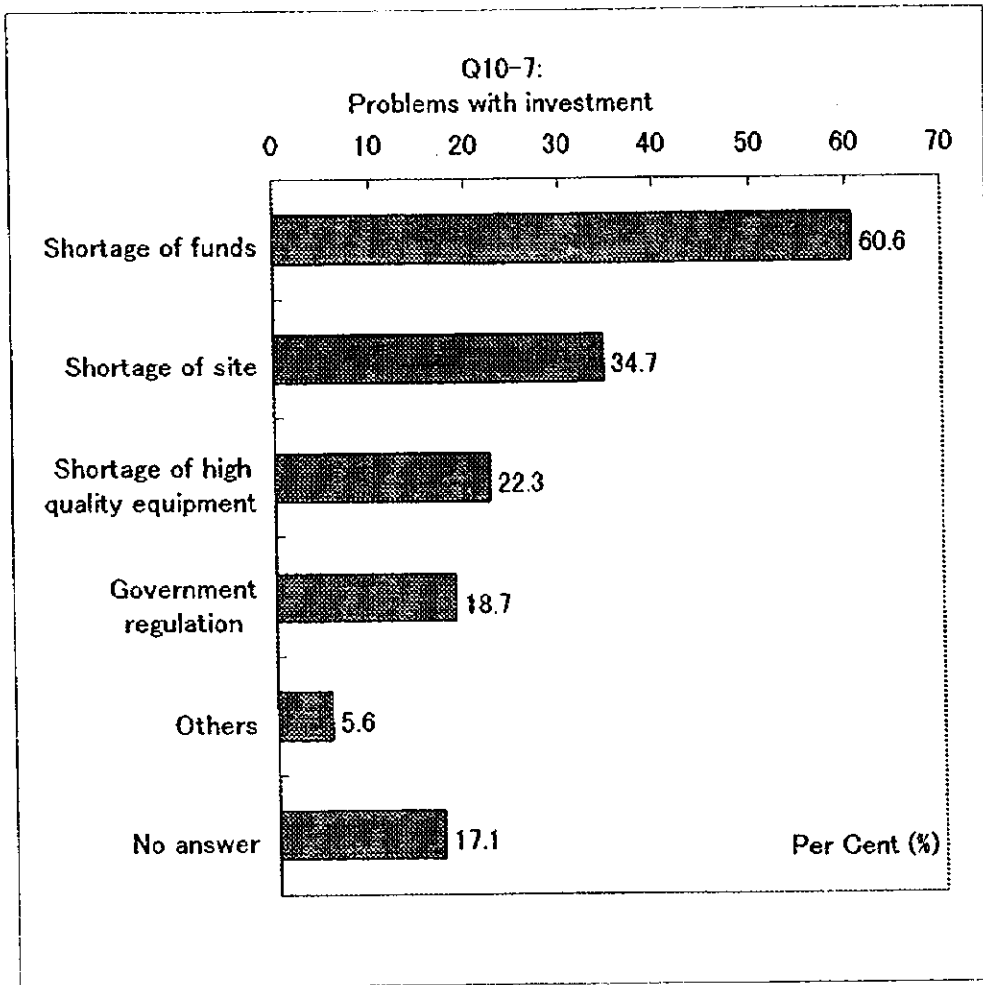
Q10-6:

How did you finance your investment? (multiple answers) (by number of employees)



6) Problems associated with capital investment (Q10-7)

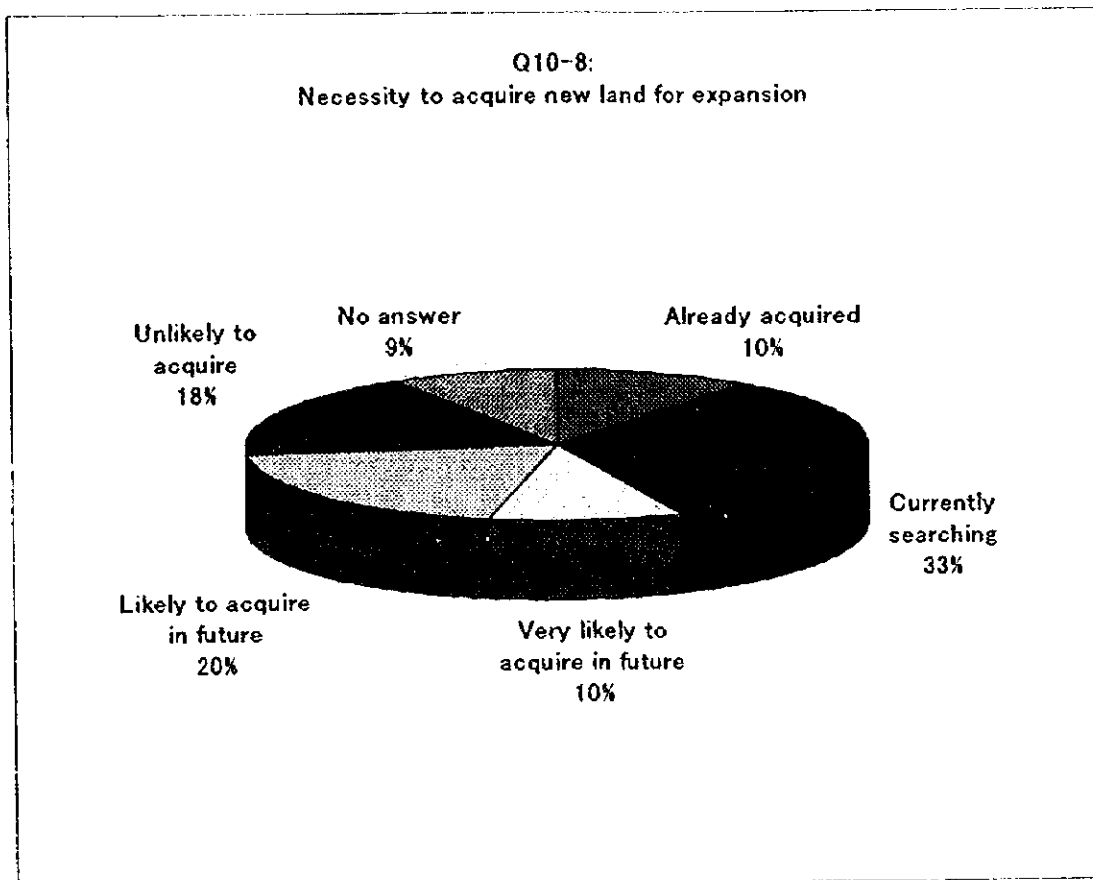
The most serious problem is "the shortage of funds for capital investment," with more than 60% of firms citing this factor. We believe that the fact that only a small share of firms responded that they borrowed from financial institutions to the previous question is the cause of this problem. Other problems cited are "cannot add facilities due to lack of land space" (35%), "it is difficult to purchase high-performance production equipment" (22%), and "difficulties in obtaining government approval for plant and equipment investment" (19%). These responses show that there are problems other than those associated with funds procurement.



7) Obtaining land for facilities expansion (Q10-8)

Only 10% of responding firms answered that “they have secured new industrial land.” However, more than 60% of firms indicate that they need to obtain more land, with 33% responding that “they are looking for land at present”, 10% saying that “there is a strong probability that they will need more land in the near future” and 20% saying “there is possibility that they will need more land in the future.” These figures indicate that the development of industrial land is needed for further development of Vietnamese businesses.

By size of business, many companies employing more than 10 persons are currently looking for new land, indicating that they intend to expand their businesses. Very small firms with less than 10 employees do not feel that they need additional land, perhaps because of their small scale of operations.

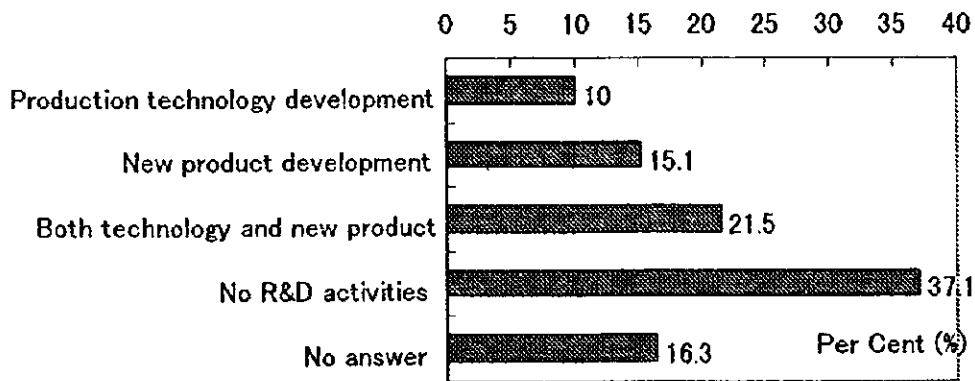


(6) R&D Activities

1) Execution of R &D (Q11-1)

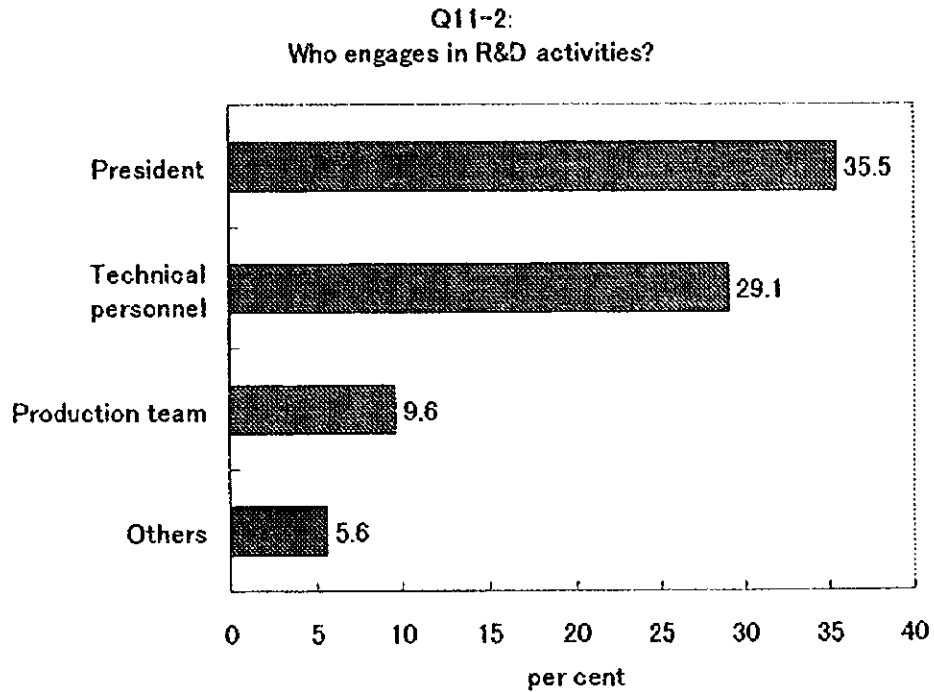
A relatively large proportion of firms, 37%, responded that “they are not engaged in R&D activities at present.” Firms engaged in “both the development of production technologies and new products” accounted for 21.5%. Firms engaged in “mainly the development of new products” accounted for 10%, while those engaged in “mainly the development of production technologies” accounted for 15%.

**Q11-1:
Engagement in R&D activities**



2) Who is engaged in R&D? (Q11-2)

Almost half of the responding firms did not have special R&D staff, with “the president himself engaged in R&D activity” at 35.5% of the firms, and “production staff is also engaged in R&D” at 10% of the firms. Firms where “special technical staff is engaged in R&D” accounted for 29.1%.

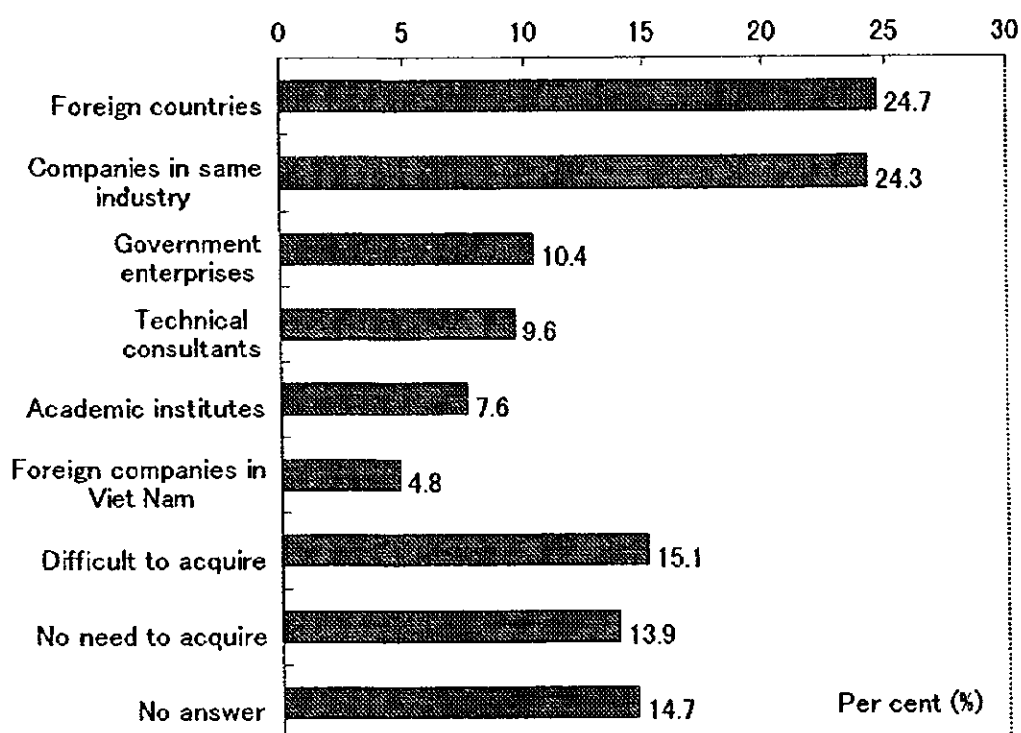


3) Methods of acquiring technology (Q11-3)

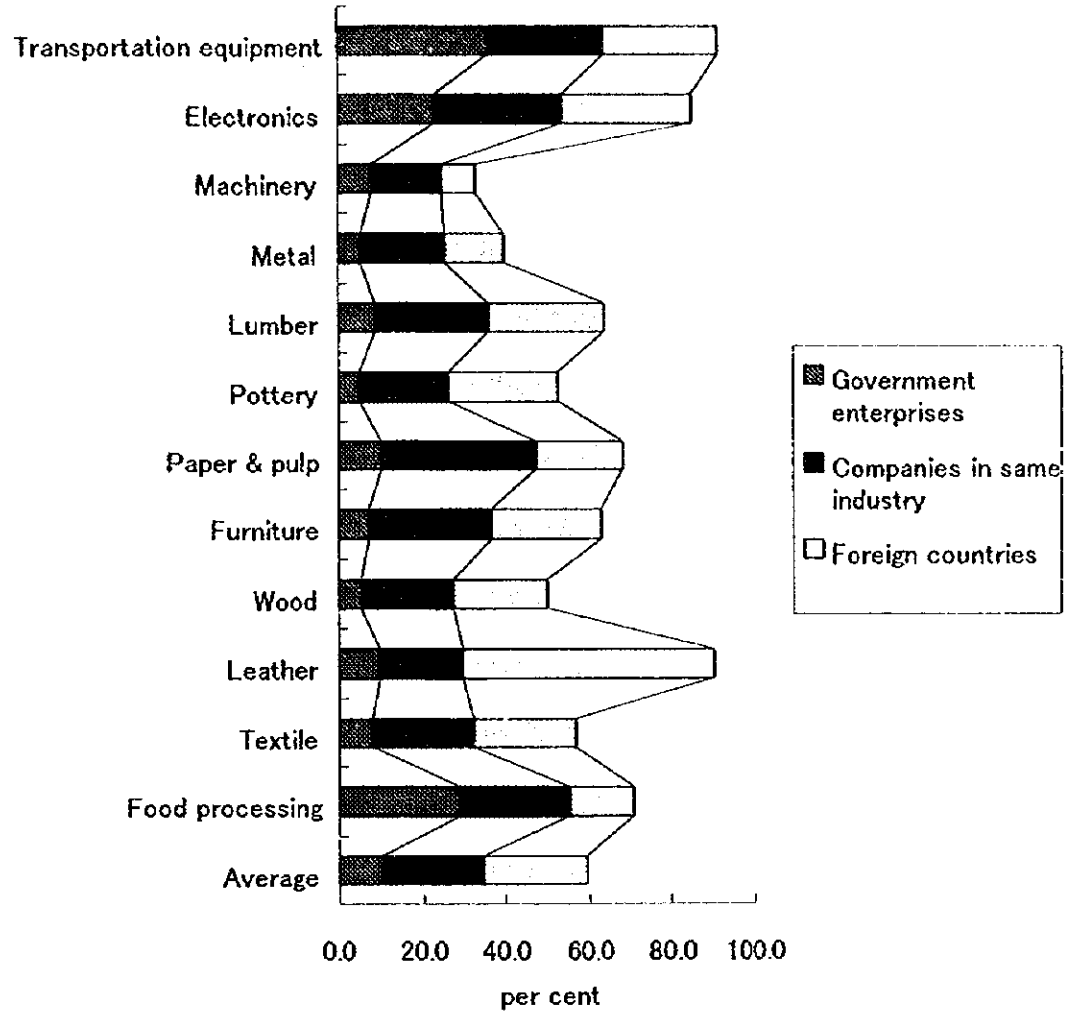
A large proportion of firms responded that they obtained the technologies they lacked "from overseas" (25%) or "from other firms in the industry" (24%). Only 10% of the respondents obtained needed technologies from "state-run enterprises." However, a relatively large share of firms are not acquiring technologies, because "it is difficult, though we want to introduce new technologies" (15%) or "have no need" (14%).

By type of business, approximately 20% of firms in all sectors are acquiring technologies they lack from "other firms in the industry." Relatively large shares (approximately 30%) of firms in the food processing, electrical machinery, and transport equipment industries are obtaining technologies from "state-run enterprises." In the leather product industry, which is exporting a large share of products, "from foreign companies in Viet Nam" accounts for 60%, indicating that they have access to foreign technologies.

Q11-3:
How to acquire technology for improvement

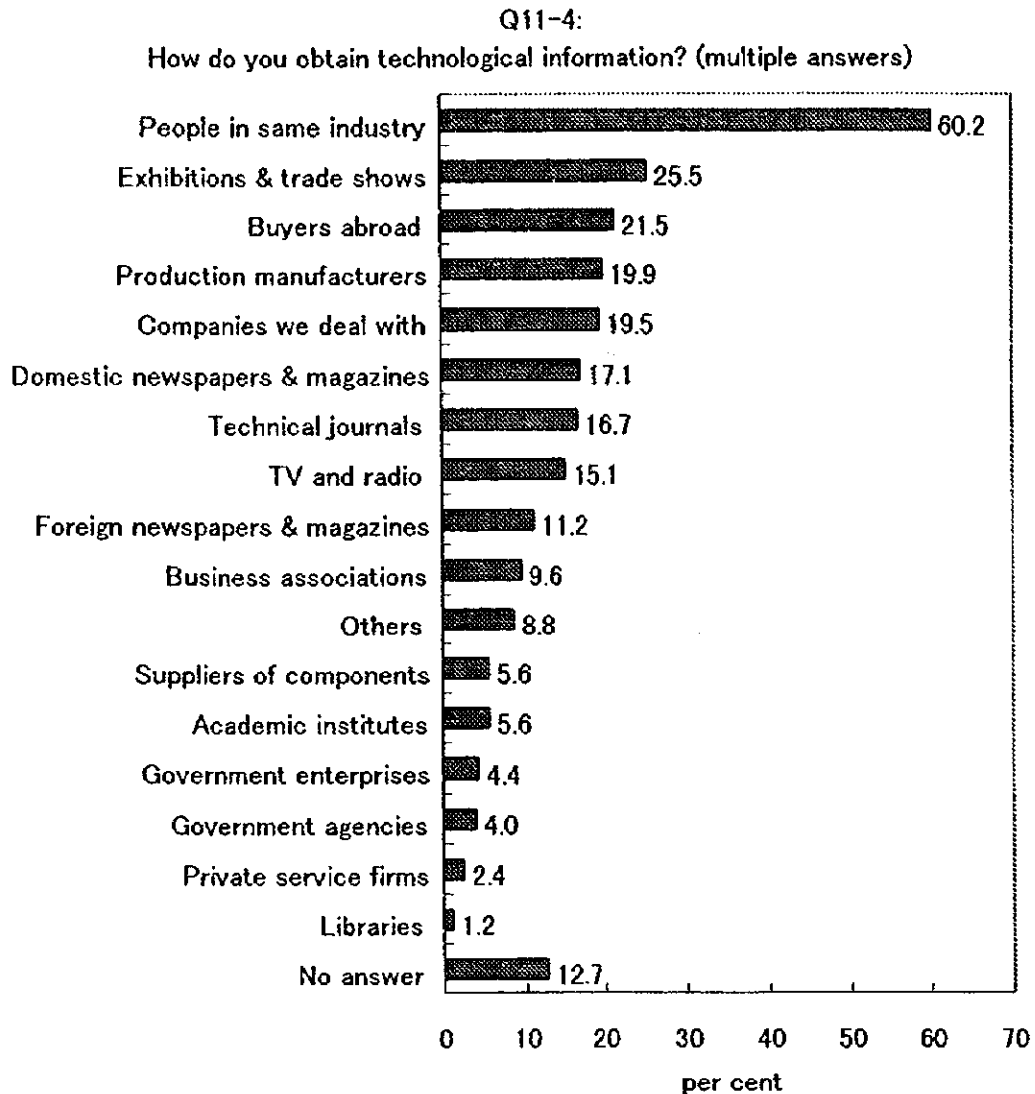


Q11-3:
How do you obtain technological information? (by type of business)



4) Methods of acquiring technological information (Q11-4)

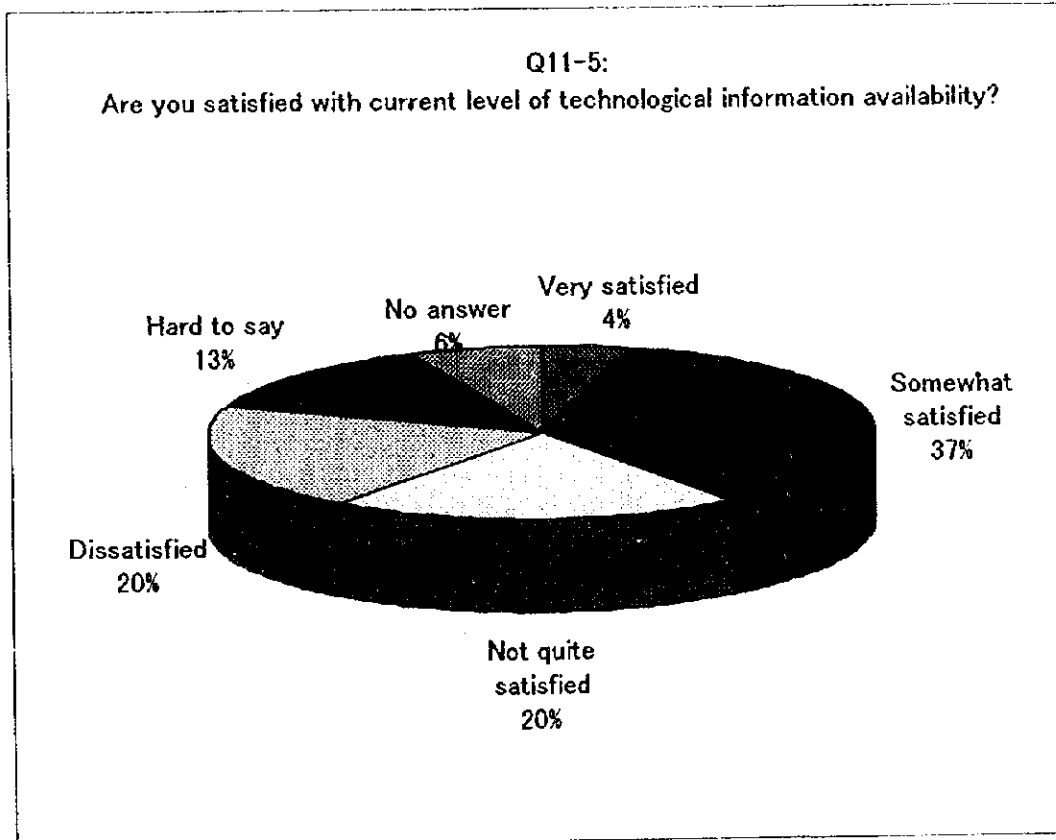
A predominantly large share of firms (60.2%) obtain technological information "from other firms in the industry." "At fairs and exhibits," "from foreign buyers," and "from machinery makers," respectively account for 20%. It appears that businesses are obtaining information by various means.



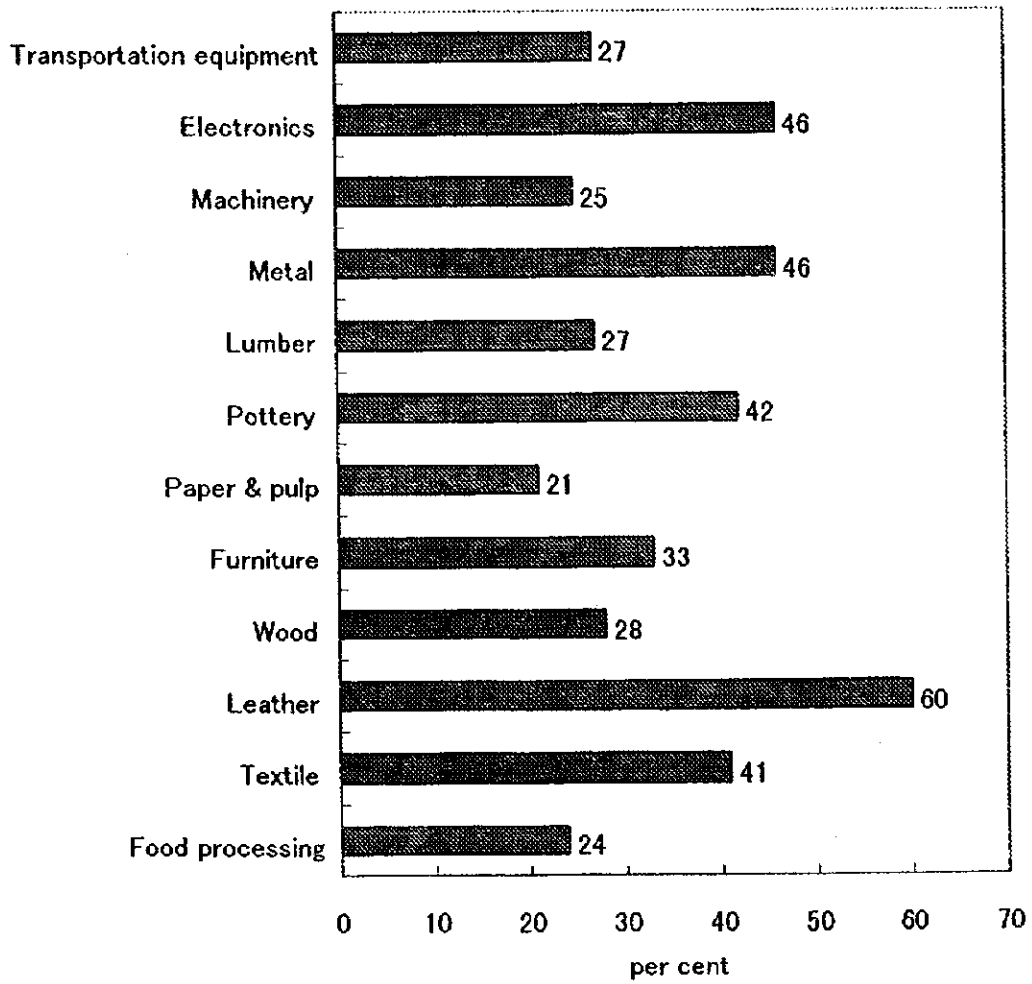
5) The degree of satisfaction with availability of technological information (Q11-5)

Only 4% of the responding firms are "very satisfied," while a high 37% responded that they are "fairly satisfied." Even so, a large portion of firms responded "fairly dissatisfied" (20%) or "very dissatisfied" (20%). There is a large variance in the degree of satisfaction among the firms.

There are no outstanding characteristics due to business category. However, in the leather product industry, "fairly satisfied" (60%) account for a large share. Their access to overseas information (see Q11-4) appears to be contributing to this fact.

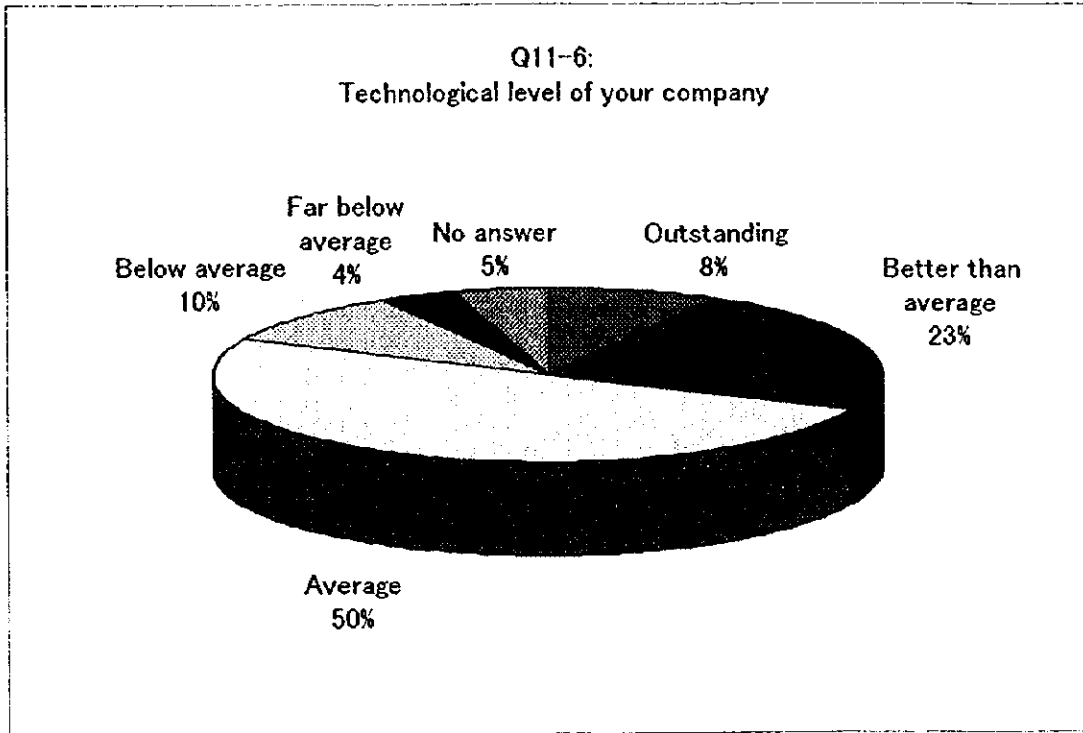


Q11-5:
How much are you satisfied with current level of information availability?
(by type of business)



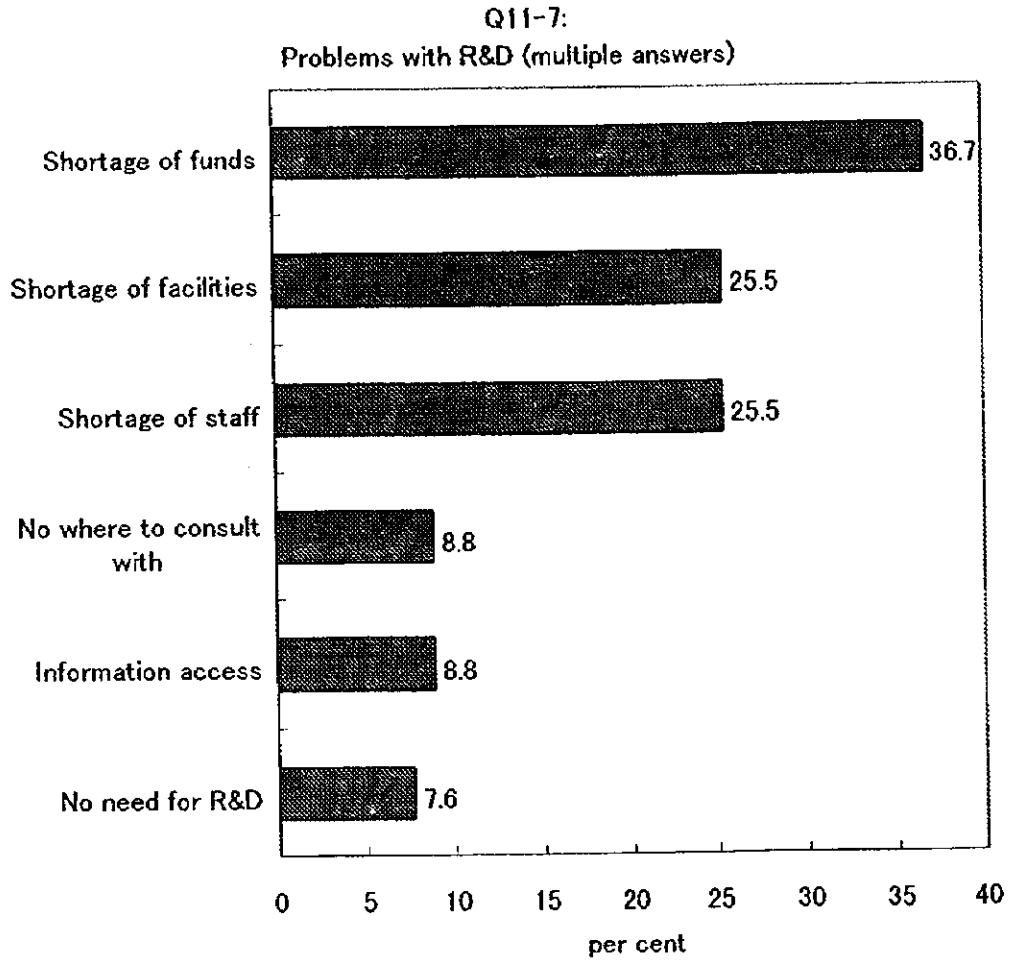
6) Evaluation of the firm's own technological level (Q11-6)

Half of the responding firms said that their technological level is "average for the industry." More than 30% are very bullish, responding "very superior" (8%) or "superior" (23%). Only a small proportion of the firms are pessimistic: "inferior" (9.6%) and "far inferior" (3.6%).



7) Problems associated with technology development (Q11-7)

The most serious problem is financial, with 36.7% of firms responding “lack of funds for technology development.” Firms citing “shortage of equipment necessary for technology development” and “shortage of technological staff” each accounted for 25.5%. Some firms appear to place no emphasis on technology development, as 7.6% of the firms responded “no need for technology development.”

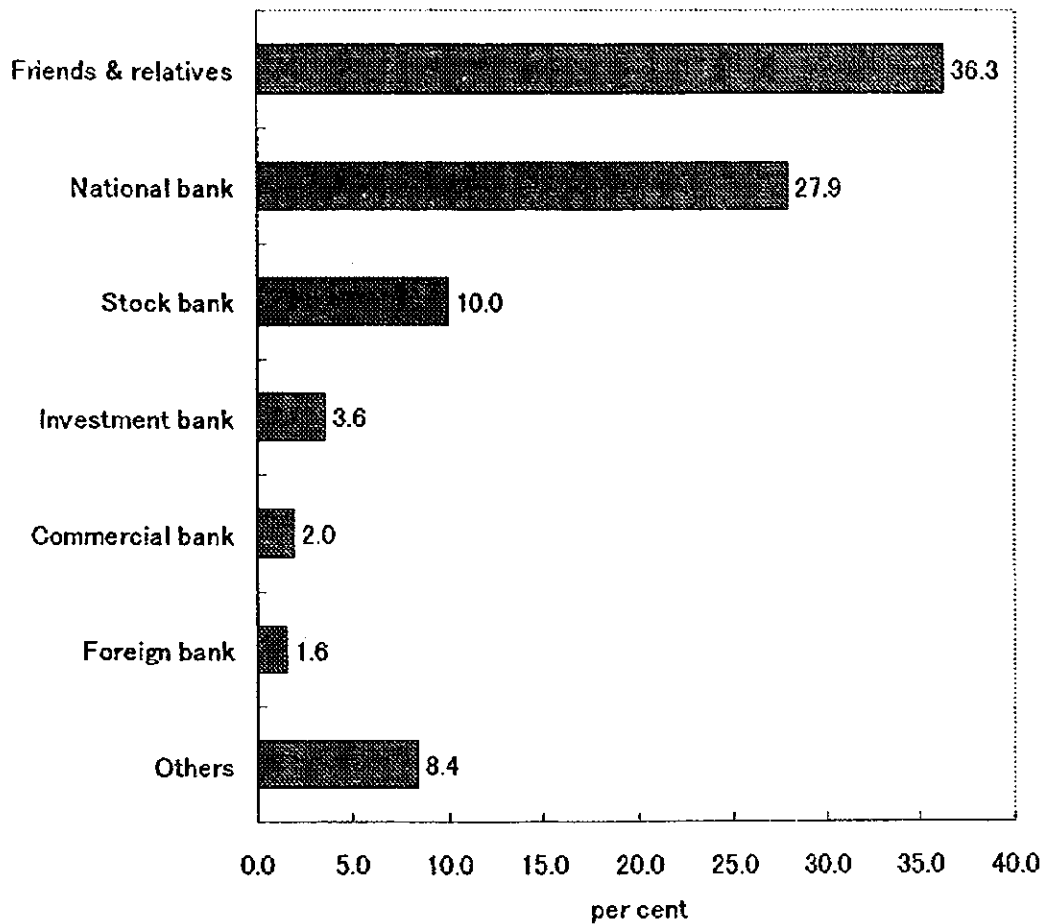


(7) Financing

1) financial resources (Q12-3)

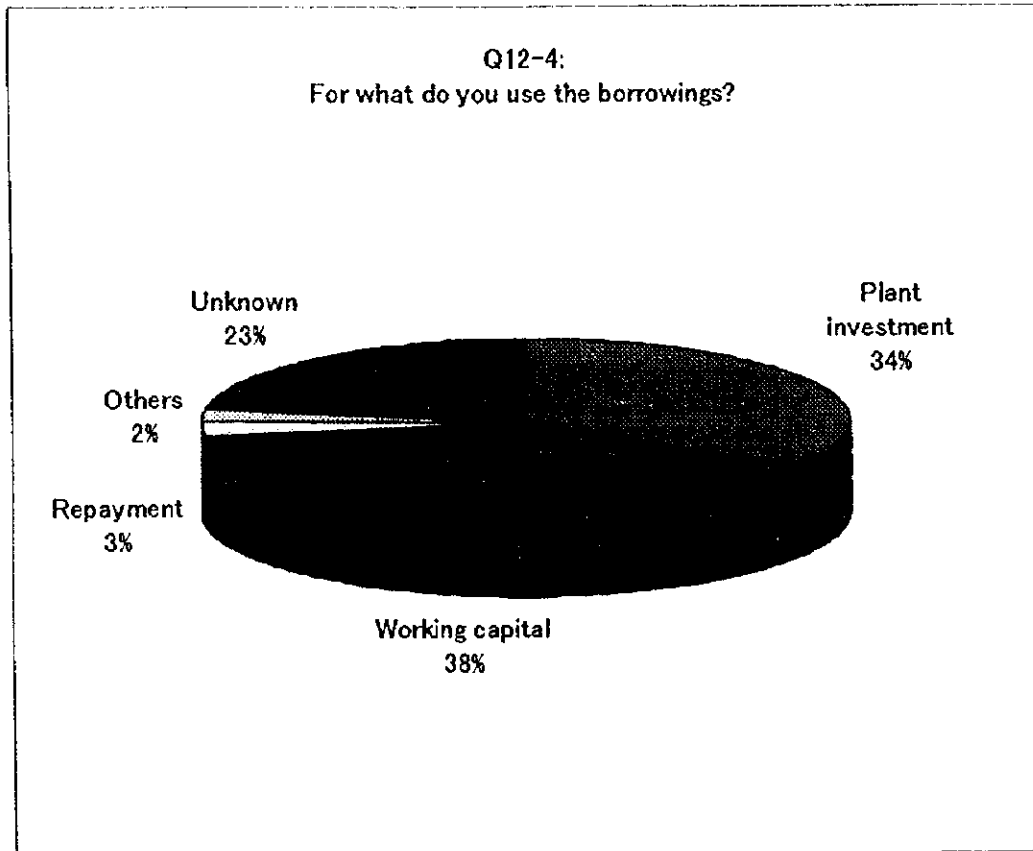
“Friends and relatives” is the most frequent answer, which means that people obtain finances from personal resources rather than financial institutions. The second most frequent answer is “National bank;” however, other types of bank finances score ten per cent or less. Therefore, the use of commercial banks has not been yet popular in Viet Nam.

Q12-3: From whom do you obtain your financial resources?



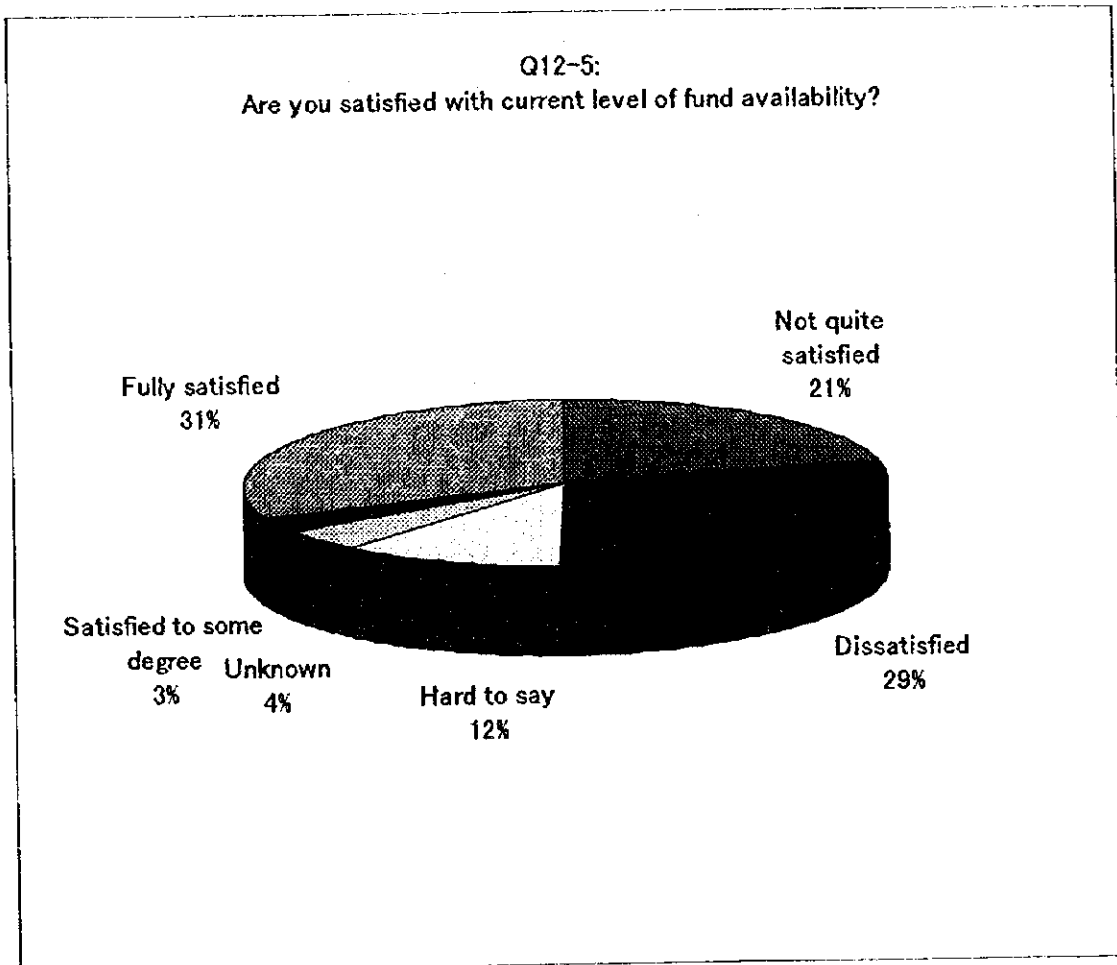
2) Application of borrowed funds (Q12-4)

There are two major categories, with 34% responding "for plant and equipment investment" and 38% responding "for operating funds." There is no significant difference by type of business in this trend.



3) Degree of satisfaction with fund availability (Q12-5)

Approximately half of respondents expressed dissatisfaction with the current fund availability, with “fairly dissatisfied” accounting for 21% and “very dissatisfied” accounting for 29%. On the other hand, 31% responded that they were “rather satisfied,” indicating wide variance in the levels of fund availability among businesses.



(8) Export behavior

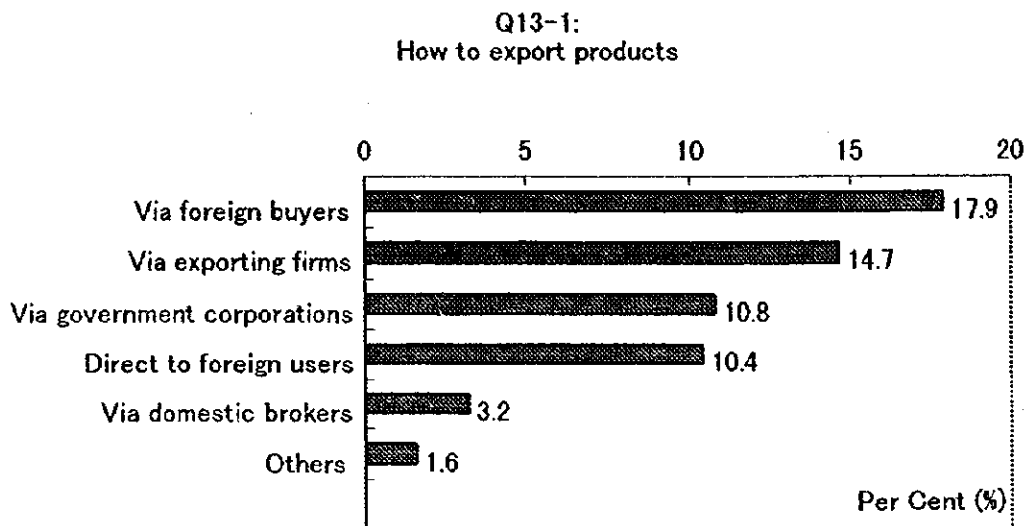
Among the 251 firms that responded to the survey, 60 percent replied that these questions did not apply to them, indicating a majority of firms covered in the survey were not involved in export activities.

By type of business, while more than 80 percent of leather product makers are exporters, only a very small percentage, 10%, of metals and machinery makers engaged in export business.

1) Manner of export (Q13-1)

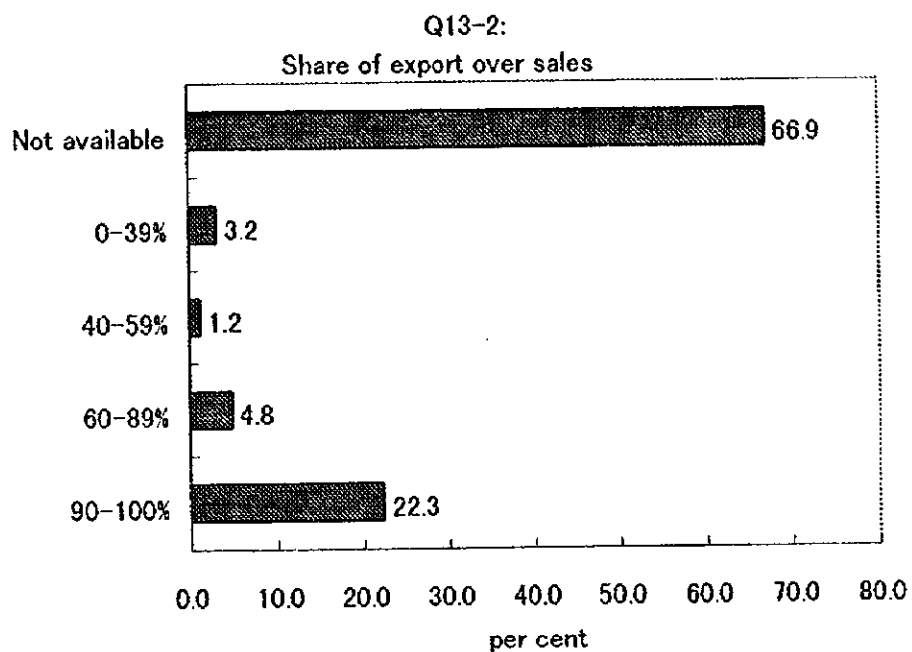
The manner of export that was cited most frequently was "through overseas buyers" (17.9%), followed by "supply parts and products to exporters" (14.7%). "Through state-run Trade Corporations" and "direct export to overseas users" each accounted for approximately 10%.

The manner of exports varied depending on the type of business. In the textiles, leather products, lumber, furniture, paper products and transport equipment industries, the percentages of firms responding "through overseas buyers" and "direct exports to overseas users" were large, with firms adopting one or both of these means accounting for more than 20%. On the other hand, many firms in the ceramics, rubber, metals, machinery, electrical machinery and food processing industries were not exporting at all. The ratio of these firms using buyers and brokers for exports is also very low.



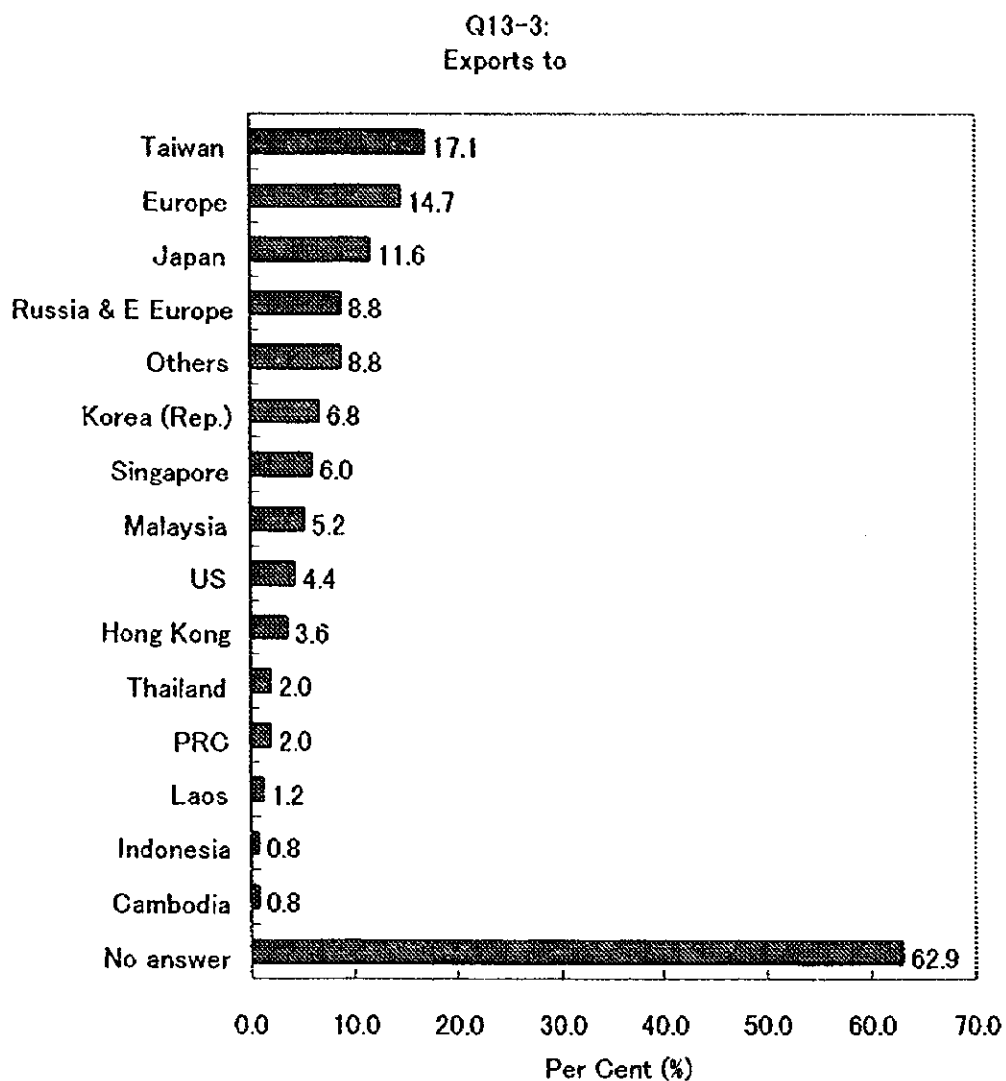
2) Ratio of exports to total sales (Q13-2)

Companies exporting 90-100% of their total production accounted for 22.3%, with very few companies exporting less than 90% of their production. This means firms are either specializing in exports or in domestic sales.



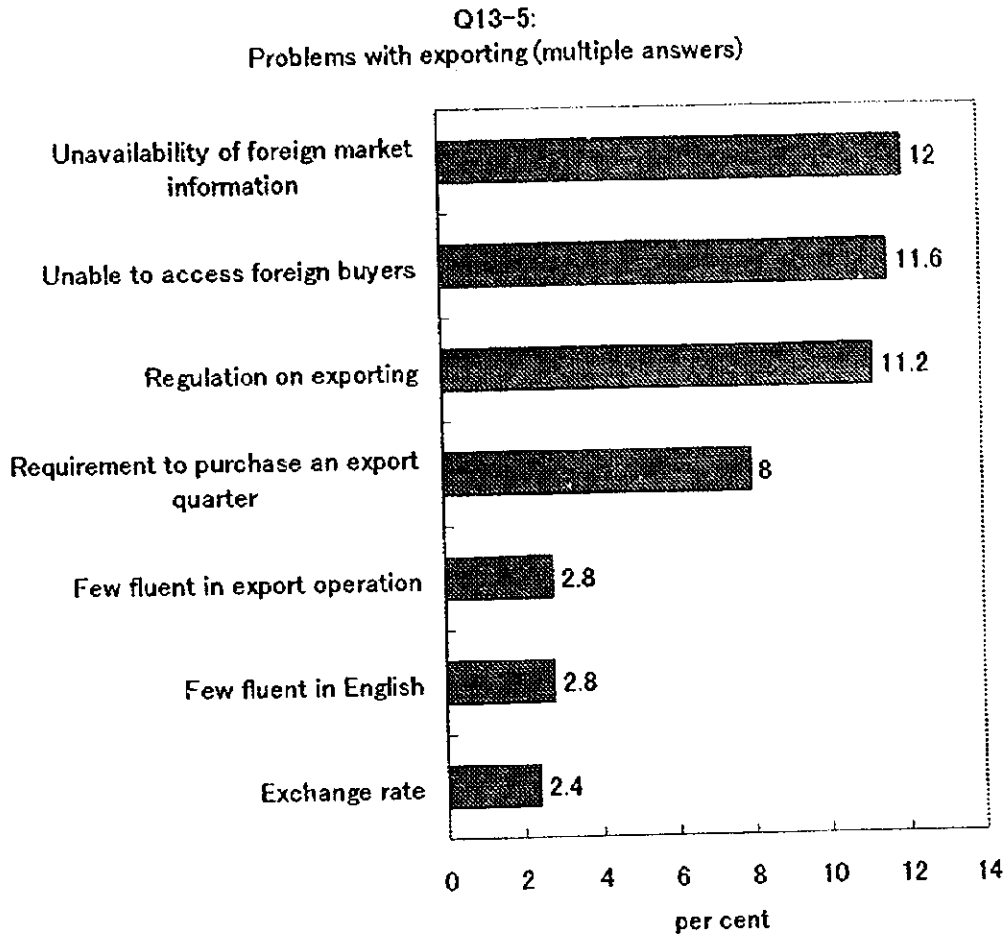
3) Major export destinations (Q13-3)

The most frequently cited destination of exports is "Taiwan" (17%), followed by "Europe" (15%) and "Japan" (12%). "Russia and Eastern Europe" (8.8%), "The U.S." (4.4%), and the ASEAN countries are also export destinations.



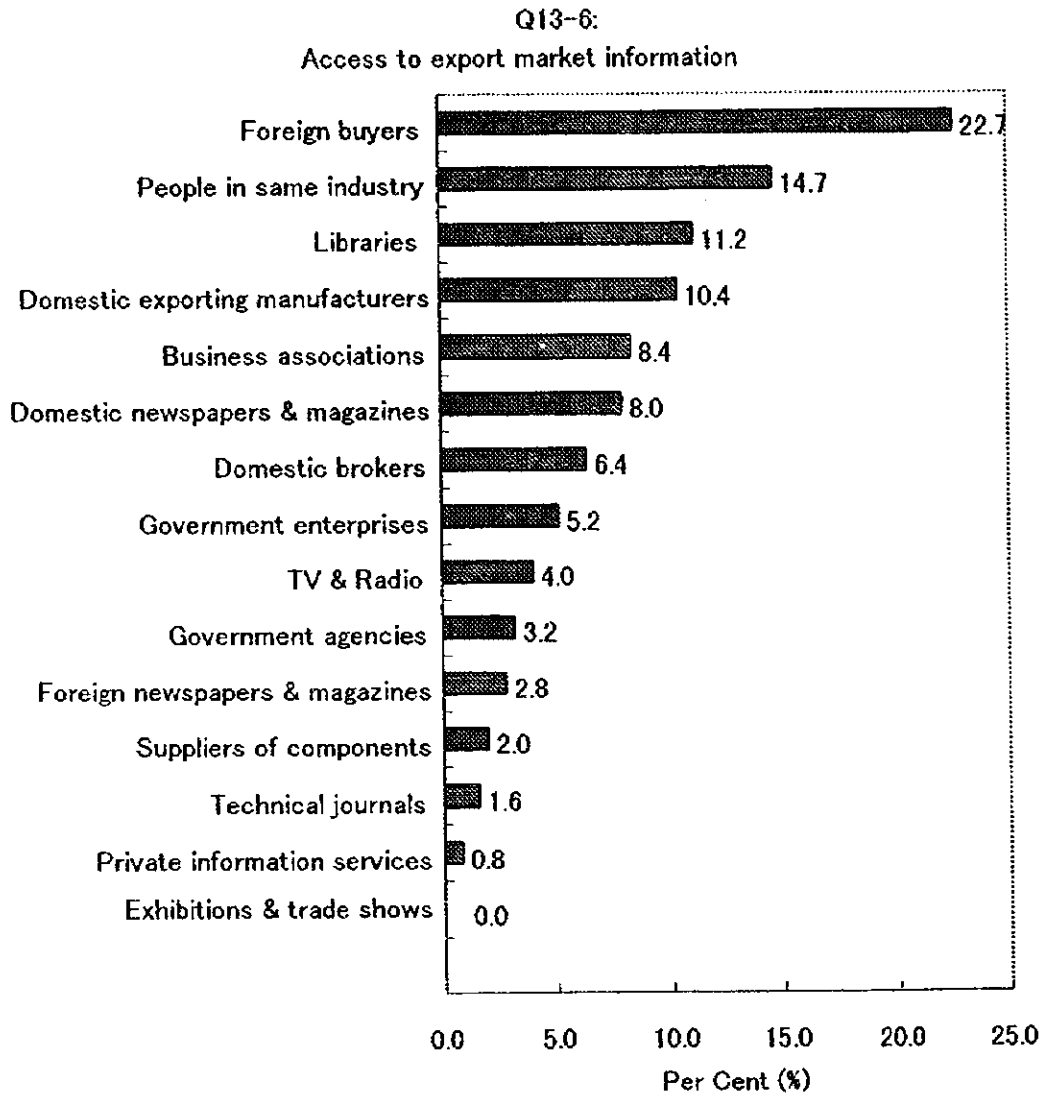
4) Constraints on export (Q13-5)

There are four major constraints. They are "difficulties in obtaining overseas market information" (12%), "lack of direct access to overseas buyers" (11.6%), "government regulations on exports" (11.2%), and "the requirement to purchase export quotas from state-run enterprises" (8%).



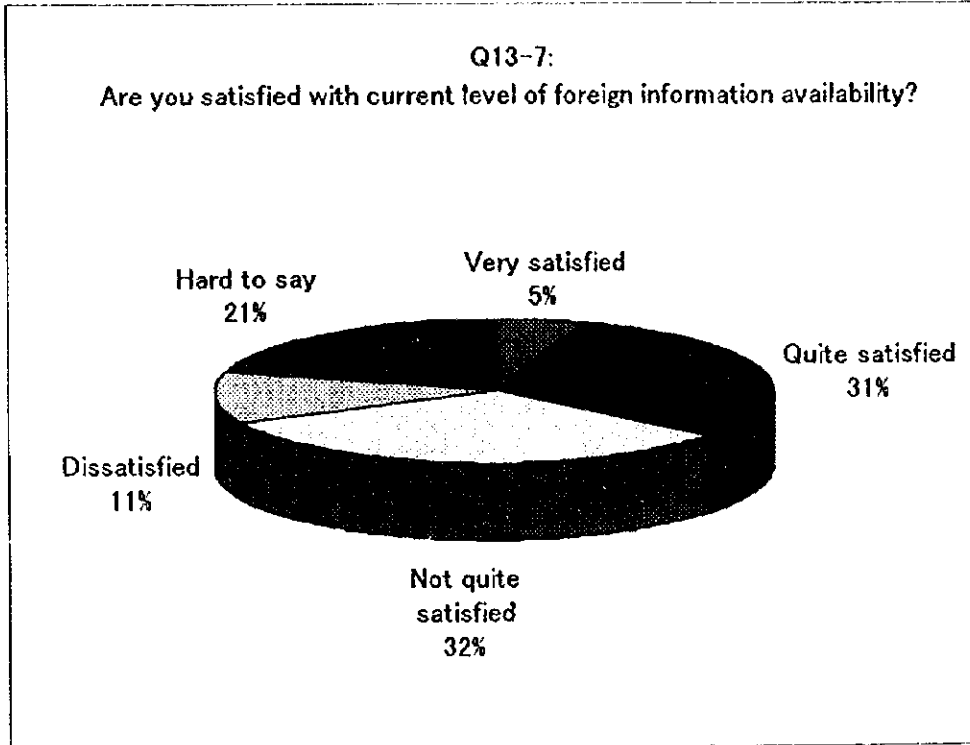
5) Access to overseas market information (Q13-6)

Companies are acquiring overseas market information through various means, with 22.7% doing so through "overseas buyers," 14.7% from "the firms in the same industry," and 10.4% from "domestic makers engaged in exports." Most firms seem to obtain information from private sources. "Libraries" were cited by 11.2% of respondents. On the other hand, "state-run enterprises" and "government agencies" each accounted for less than 5%, indicating that they are not used very much.



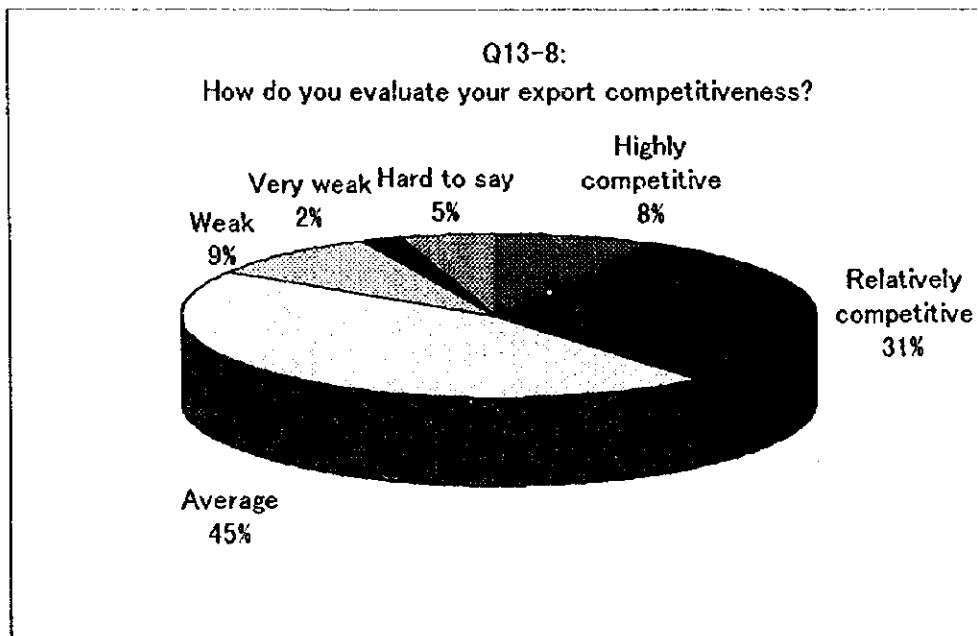
6) The degree of satisfaction with overseas market information (Q13-7)

“Fairly satisfied” accounted for 31%, while “rather dissatisfied” accounted for 32%, indicating that the balance between the satisfied and dissatisfied firms is about even and that a majority of firms are neither “very satisfied” nor “very dissatisfied,” which respectively accounted for less than 4%.



7) Assessment of competitiveness in export markets (Q13-8)

The most frequent response was "average level" (45%). Eight percent responded "very strong" and 31% "strong," indicating that a large percentage of firms are very confident of their competitiveness.

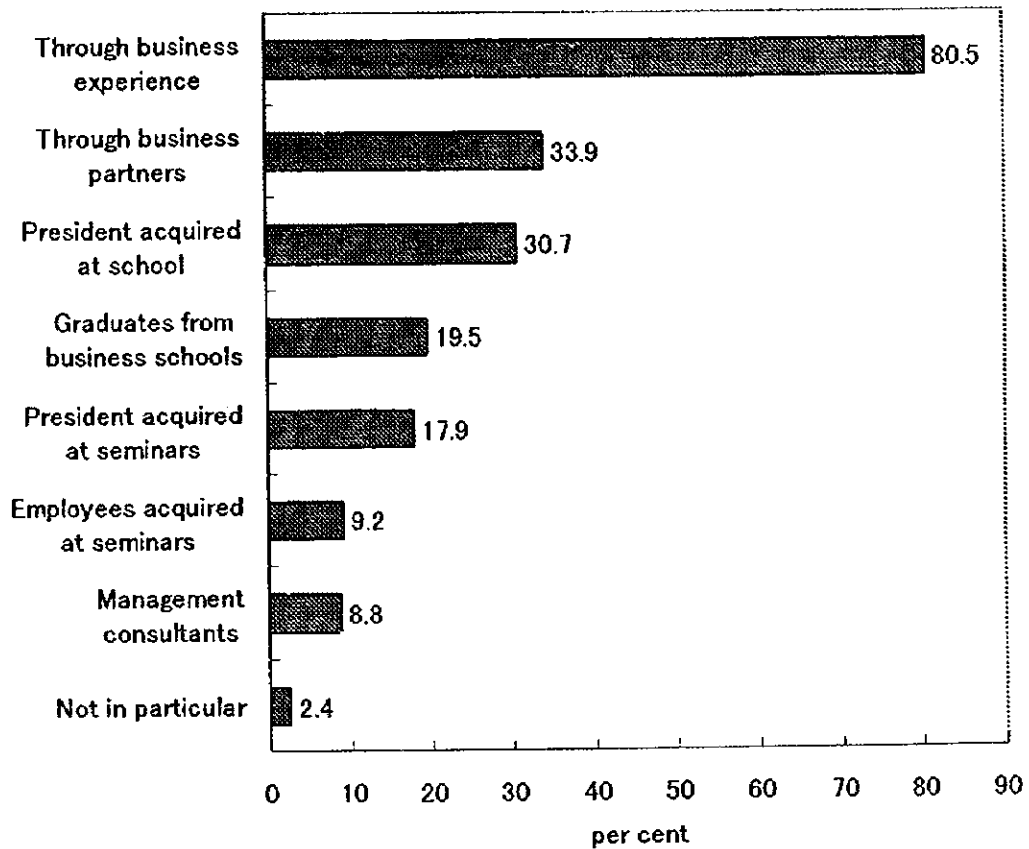


(9) Management

1) Means of acquiring management know-how (Q14)

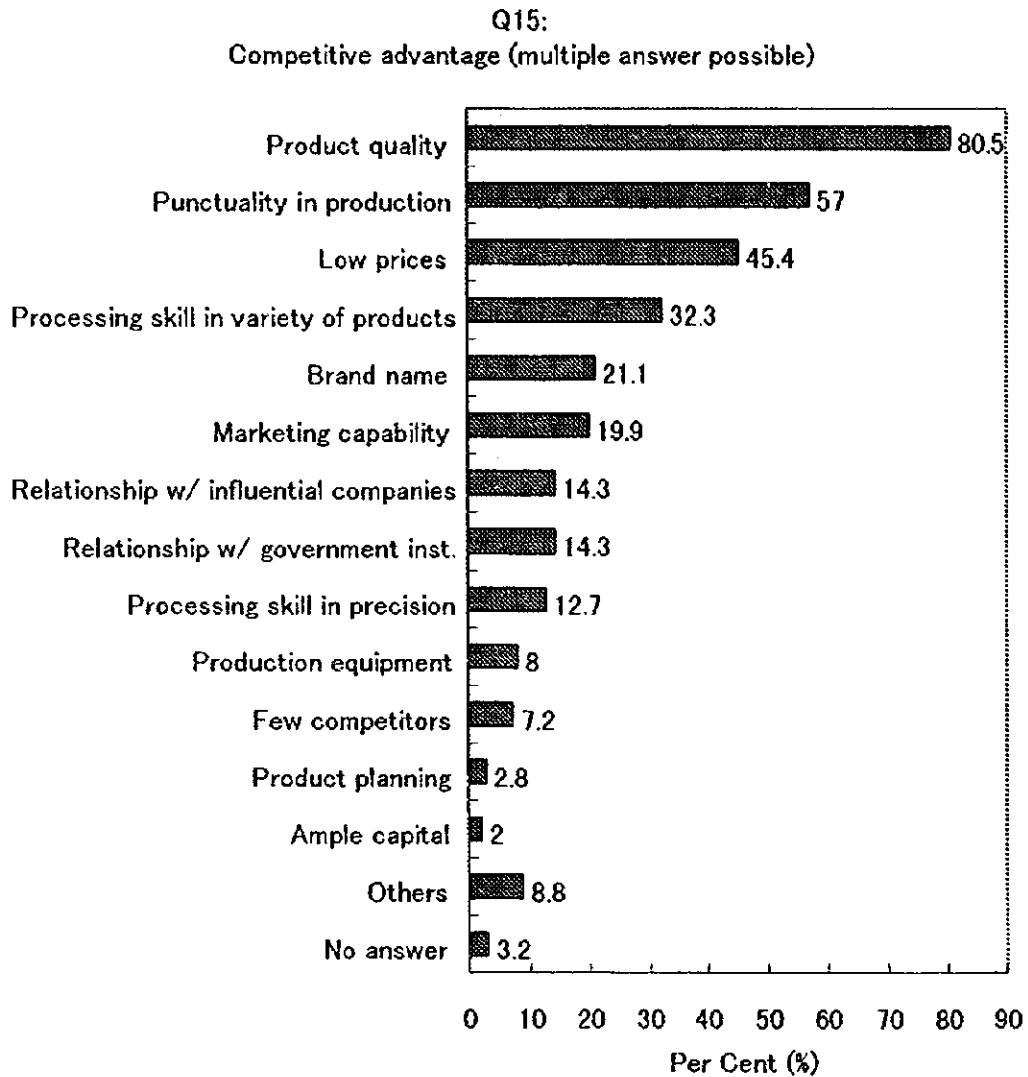
OJT is predominant with 80.9% acquiring management know-how “through actual business operations” and 33.9% “through business partners.” The percentages of “president has learned from attending seminars and training sessions” (17.9%) and “employees have learned from attending seminars and training sessions” (9.2%) were small compared with other responses. It appears that the attendance at training sessions and seminars is still very low or that these opportunities are not provided very often.

Q14: How do you obtain business know-how? (multiple answers)



2) Business's strength (Q15)

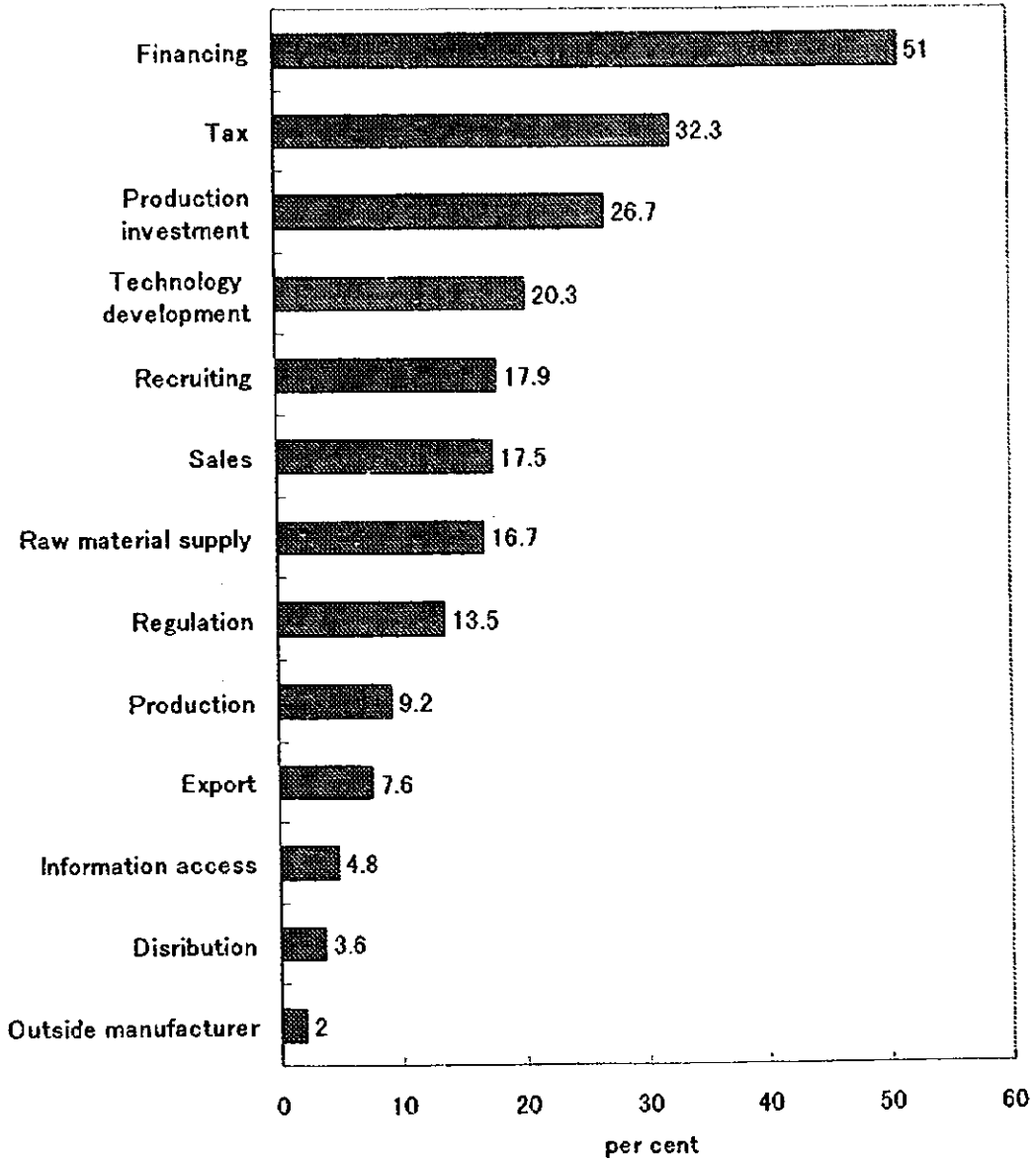
More than 80 percent of respondents answered "high product quality," followed by "always meet delivery date" (57%). Although it had been assumed that many firms would cite "low product prices," this factor was mentioned by only 45%, ranking third among the factors contributing to comparative advantage of Viet Nam. Other factors are "capacity to process a large variety of products" (32%) and "brand-name power" (21%). Overall, the firms that are confident of their product quality and technological strength stand out.



3) Management priorities (Q16)

It is evident that financial matters are major priorities with 51% of firms citing "fund procurement" and 32% "taxes." "Capital investment" (27%) and "technology development" (20%) indicate that improvement of production and technology development capabilities will be major priorities as the national economy develops further.

Q16:
Problems with business operation (multiple answers)



The following is the data collected and categorized according to types of business. "Financing," "Tax," and "Production investment" are the top three issues for every type of business. For leather industry, "Financing" is remarkably high as it scores 90%.

Raw data of Q16: What kind of problems do you have? (multiple answers) (by type of business) (%)

Problems	Type of Industry													
	Avg.	Fo	Tex	Le	W	Fu	Pa	Po	Lu	Me	Ma	E	Tr	
1 Sales	17.5	26.3	8.1	20.0	33.3	11.1	15.8	15.8	22.7	22.9		7.7	9.1	
2 Production	9.2	2.6	10.8		5.6	11.1	5.3	10.5	9.1	14.3		23.1		
3 Technology development	20.3	13.2	10.8	40.0	16.7	22.2	21.1	31.6	22.7	22.9	33.3	15.4	36.4	
4 Financing	51.0	47.4	48.6	90.0	44.4	59.3	42.1	68.4	54.5	54.3	33.3	46.2	63.6	
5 Recruiting	17.9	5.3	37.8	30.0	11.1	18.5	10.5	15.8	13.6	14.3	16.7	30.8	27.3	
6 Outside manufacture	2.0		8.0			11.0								
7 Raw material supply	16.7	18.4	13.5	10.0	27.8	29.6	26.3	26.3	9.1	11.4		23.1	27.3	
8 Production investment	26.7	10.5	40.5	30.0	16.7	25.9	36.8	26.3	27.3	25.7	41.7	23.1	45.5	
9 Distribution	3.6	11.0	3.0	10.0	6.0					8.0			4.0	
10 Information access	4.8	3.0	5.0	10.0		5.0	5.0	9.0	6.0			9.0	4.0	
11 Export	7.6	5.3	21.6			14.8	5.3	5.3	9.1	2.9	8.3			
12 Regulations	13.5	7.9	21.6		16.7	14.8	10.5	26.3	9.1	8.6	16.7	30.8	18.2	
13 Tax	32.3	47.4	29.7	50.0	33.3	11.1	15.8	52.6	31.8	20.0	33.3	30.8	18.2	

Note 1) The abbreviations in type of business stand as follows:

Avg.	Average
Fo	Food processing
Tex	Textile
Le	Leather
W	Wood
Fu	Furniture
Pa	Paper & pulp
Po	Pottery
Lu	Lumber
Me	Metal
Ma	Machinery
E	Electronics
Tr	Transportation equipment

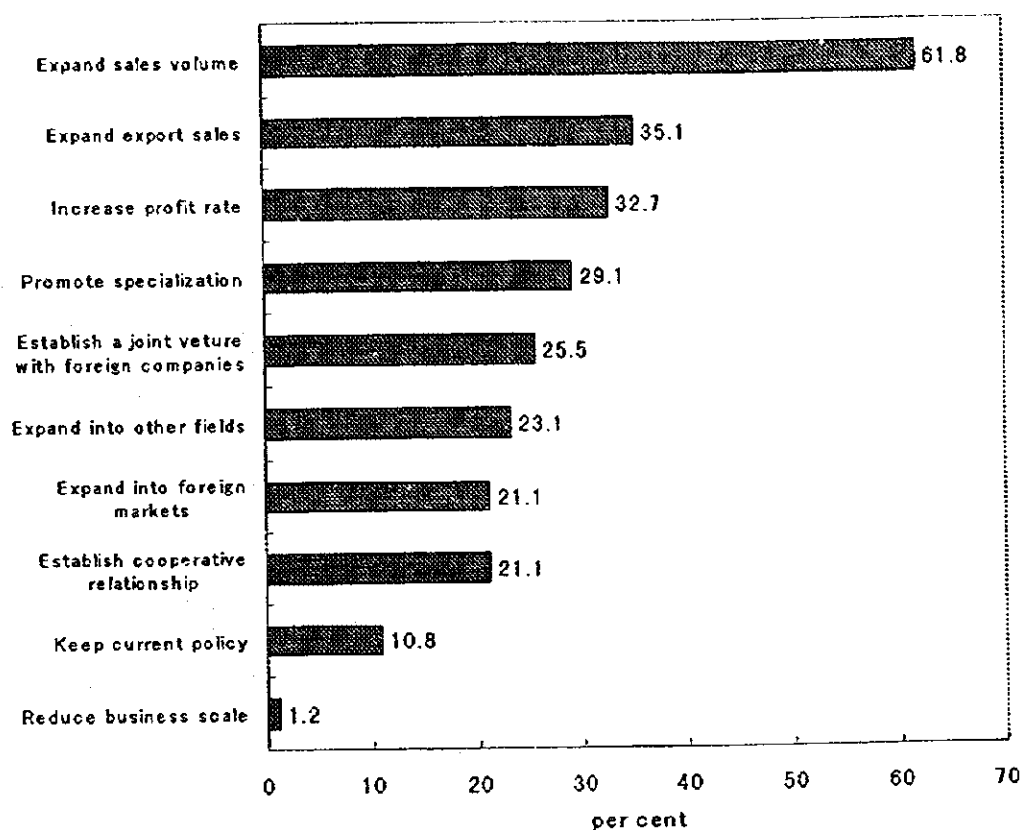
Note 2) A blank means that no company fitted to the question.

4) Future management policy (Q17)

The most frequent response was "to seek quantitative increases in orders" (62%), which is always the most basic policy in business management. Many firms are also paying close attention to "improving the profit ratio," which was cited by 32.7% of the respondents.

The second most frequent response was "to seek export increases" cited by 35%. However, there is a large variance in the proportion of this response from industry to industry. In the exporting industries, such as textiles and leather products, this factor was cited by more than 70% of the firms, but in the metals and machinery industries less than 10% of the firms responded in this way. For the latter group of industries, the immediate objective appears to be to enhance domestic sales. With respect to "cooperation with other firms in the industry," the machinery and other heavy industries appear to be more aggressive.

Q17:
What is your future management policy? (multiple answers)



Looking by type of business, there are remarkable differences among different industries. First, four industries, food processing, paper, pottery, and electronics, actively plan to "Expand sales volume," which suggest that they expect the markets of these four industries to expand substantially in the near future. Meanwhile, the textile industry, 45.9%, does not expect to expand as much as other industries. Secondly, the textile and leather industries, which have already been involved in exporting, prefer to "Expand export sales" (over 70%). Third, the short-term strategy of the metal and machinery industries is perhaps to expand domestic sales as they show little interest for "Expand into foreign markets" (less than 10%). Heavy industries, such as machineries, tend to "Establish cooperative relationship." Finally, the management policy of the leather industry to "Promote specialization" (50%) is highly recognized than that of the whole industry (29.1%).

Raw data of Q17: What is your management policy in future? (multiple answers) (by type of business)(%)

Policy	Type of Industry												
	Avg.	Fo	Tex	Le	W	Fu	Pa	Po	Lu	Me	Ma	E	Tr
1 Keep current policy	10.8	15.8	2.7	10.0		11.0	5.0	16.0	5.0	14.0	17.0		9.0
2 Expand sales volume	61.8	71.1	45.9	50.0	61.1	63.0	73.7	73.7	68.2	62.9	66.7	92.3	54.5
3 Increase profit rate	32.7	26.3	37.8	20.0	38.9	37.0	42.1	47.4	36.4	20.0	16.7	46.2	45.5
4 Expand export sales	35.1	26.3	73.0	70.0	38.9	48.1	42.1	47.4	36.4	11.4		30.8	18.2
5 Promote specialization	29.1	13.2	35.1	50.0	16.7	18.5	31.6	21.1	36.4	40.0	33.3	23.1	36.4
6 Reduce business scale	1.2	2.6	2.6		5.6					2.9			
7 Establish cooperative relationship	21.1	13.2	24.3	30.0	16.7	25.9	26.3	26.3	27.3	31.4	16.7	23.1	45.5
8 Establish a joint venture with foreign companies	25.5	13.2	40.5	40.0	16.7	33.3	36.8	26.3	36.4	17.1	16.7	38.5	54.5
9 Expand into other fields	23.1	13.0	41.0	40.0	17.0	33.0	37.0	26.0	36.0	17.0	17.0	38.0	55.0
10 Expand into foreign markets	21.1	10.5	40.5	50.0	27.8	29.6	36.8	26.3	22.7	2.9		7.7	9.1

Notes

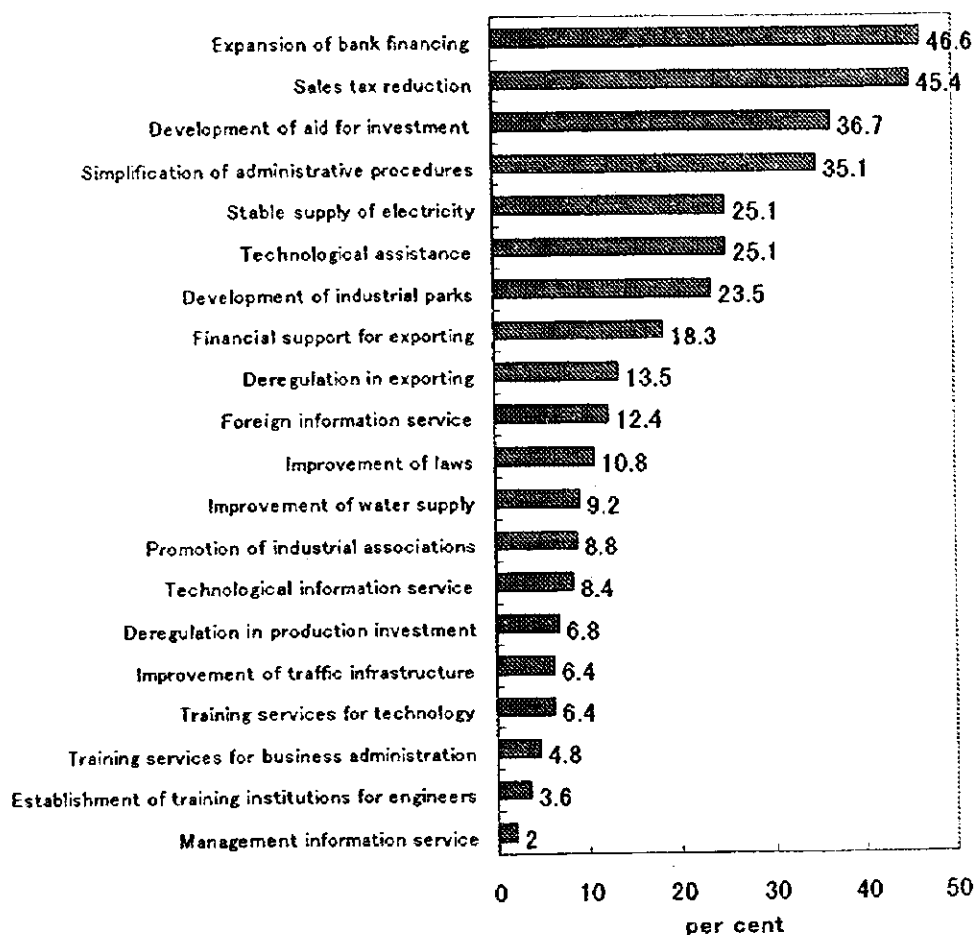
- 1) The abbreviations in type of business stand as in Question 16.
- 2) A blank means that no company fitted to the question.

(10) Policy needs

1) Support desired to help small and medium-sized businesses (Q18)

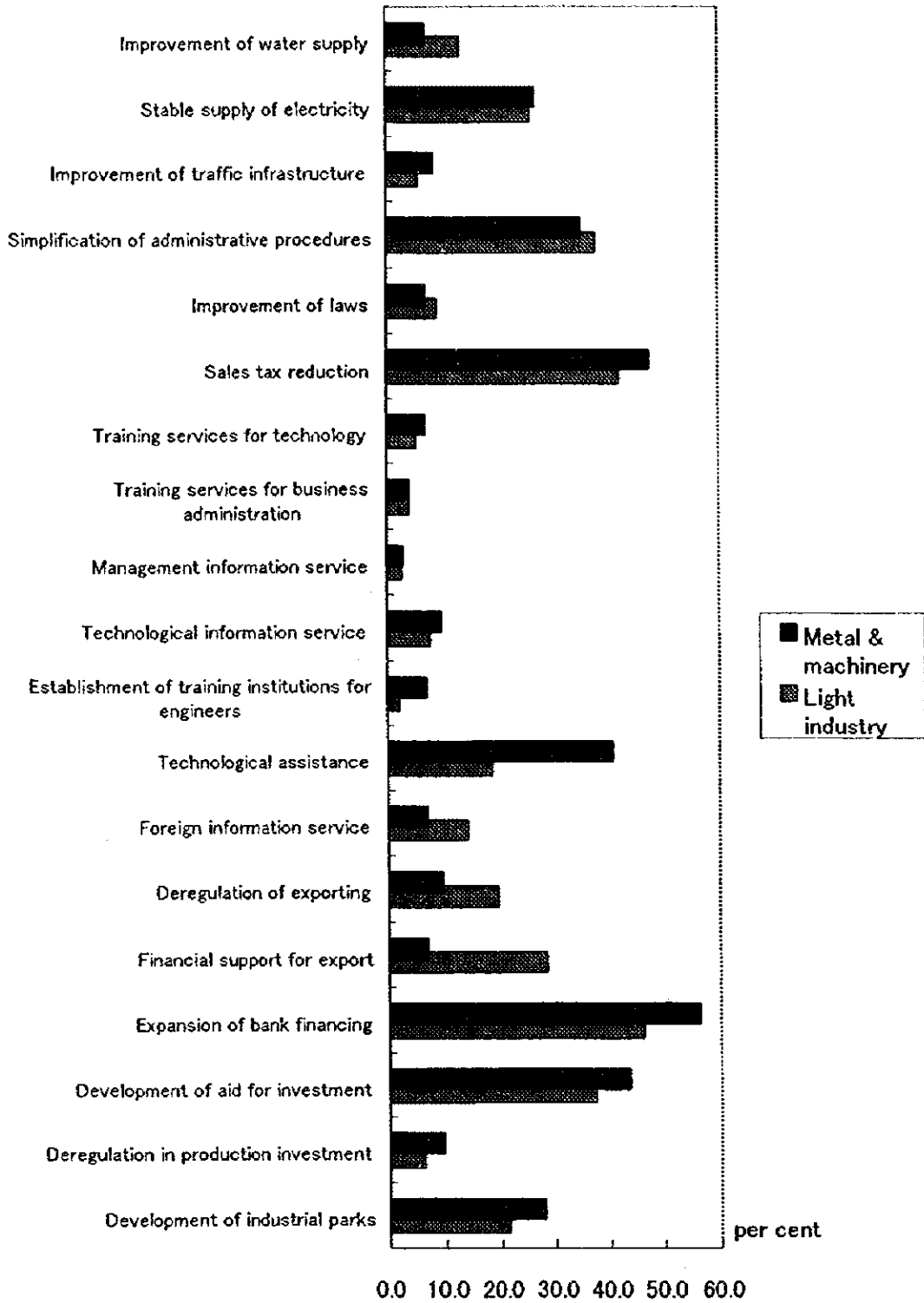
The top three responses were “expansion of bank credit” (47%), “preferential treatment on or exemption from sales taxes” (45%), and “enhancement of government’s investment promotion funds” (37%), indicating that financial support is the most desired type of assistance. Almost 25% of firms expressed the desire for “stable electric power supply,” “development of industrial parks to allow business relocation and expansion” and other improvement in infrastructure. The government will have to actively solve the problems related to regulations, as “streamlining of red tape” and “easing of regulations on export approval” were cited by 35% and 13.5%, respectively.

Q18:
What kind of SME programs do you expect?



Q18:

What kind of SME programs do you expect? (multiple answers) (by type of business)



Looking by types of business, the questionnaire tells that leather industry strongly expects "Expansion of bank financing." It should be noted that pottery industry expects "Financial support for export."

For further analysis, a new industrial classification is introduced; a heavy industry includes steel and machinery industries, and light industry covers living-related and material industries. The light industry more expects "Foreign information service," "Deregulation of export licensing," and "Financial support for export." Meanwhile, the heavy industry tends to expect "Technological assistance."

By size of business, the bigger a company is, the more it expects "Financial support for export," and "Deregulation of export licensing" because a company of more than 50 employees produce for exports rather than a company with fewer workers.

Raw data of Q18: What kind of SME support do you expect in future?
(multiple answers: according to type of business) (%)

Expected Support	Type of business												
	Avg.	Fo	Tex	Le	W	Fu	Pa	Po	Lu	Mc	Ma	E	Tr
1 Development of industrial parks	23.5	15.8	35.1	30.0	16.7	11.1	26.3	10.5	27.3	17.1	50.0	30.8	36.4
2 Deregulation in production investment	6.8	5.3	8.1		11.1	3.7		10.5	9.1	8.6	8.3	15.4	9.1
3 Development of aid for investment	36.7	15.8	37.8	60.0	44.4	40.7	47.4	52.6	31.8	42.9	50.0	38.5	45.5
4 Expansion of bank financing	46.6	39.5	51.4	80.0	33.3	51.9	36.8	52.6	40.9	60.0	33.3	61.5	63.6
5 Financial support for export	18.3	10.5	35.1	30.0	22.2	44.4	26.3	52.6	13.6	8.6		7.7	9.1
6 Deregulation of export licensing	13.5	7.9	37.8	10.0	11.1	33.3	10.5	15.8	13.6	11.4		15.4	9.1
7 Foreign information service	12.4	18.4	18.9	30.0	5.6	14.8	10.5	10.5	4.5	11.4			9.1
8 Technological assistance	25.1	13.2	18.9	10.0	22.2	11.1	31.6	26.3	18.2	54.3	33.3	23.1	27.3
9 Establishment of institutions for engineers	3.6		8.1					5.3		8.6	8.3		9.1
10 Technological information service	8.4	10.5		10.0	11.1	7.4	10.5	10.5	9.1	17.1			9.1
11 Management information service	2.0	2.6			5.6	7.4			4.5	2.9			9.1
12 Training services for business administration	4.8	2.6	5.4			11.1			9.1	2.9	8.3	7.7	
13 Training services for technology	6.4	5.3	2.7	10.0	5.6	3.7	10.5		9.1	2.9	25.0	7.7	
14 Sales tax reduction	45.4	42.1	43.2	60.0	16.7	51.9	42.1	36.8	45.5	48.6	58.3	46.2	36.4
15 Improvement of laws	10.8	5.3	10.8	30.0	11.1	3.7	10.5	10.5	4.5	8.6	8.3	7.7	
16 Simplification of administrative procedures	35.1	21.1	59.5	50.0	38.9	40.7	31.6	42.1	22.7	25.7	33.3	38.5	63.6
17 Improvement of traffic infrastructure	6.4	7.9	2.7		16.7	3.7		5.3	9.1	2.9	8.3	15.4	18.2
18 Stable supply of electricity	25.1	23.7	37.8	30.0	16.7	25.9	15.8	21.1	27.3	2.0	33.3	23.1	45.5
19 Improvement of water supply	9.2	21.1	10.8		11.1	7.4	21.1	15.8	9.1	5.7		15.4	9.1
20 Promotion of industrial associations	8.8	7.9	16.2		5.6	3.7		10.5	18.2	5.7		7.7	9.1

Notes

- 1) The abbreviations in type of business stand as in Question 16.
- 2) A blank means that no company fitted to the question.

Raw data of Q18: What kind of SME support do you expect in future?
(multiple answers: according to size of company) (%)

Expected Support		Size of Company (Number of Employee)							Exporting	
		Avg.	1-4	5-9	10-39	30-49	50-99	100+	Non-Ex	Ex
1	Development of industrial parks	23.5	18.2	4.2	25.0	28.6	25.6	26.1	26.8	22.0
2	Deregulation in production investment	6.8			10.0	4.8	7.0	8.7	7.2	7.0
3	Development of aid for investment	36.7	18.2	29.2	41.7	35.7	34.9	40.6	38.4	39.0
4	Expansion of bank financing	46.6	45.5	33.3	51.7	40.5	48.8	50.7	51.4	46.0
5	Financial support for export	18.3			6.7	14.3	25.6	36.2	3.6	41.0
6	Deregulation of export licensing	13.5		8.3	3.3	4.8	18.6	29.0	4.3	28.0
7	Foreign information service	12.4		16.7	6.7	7.1	16.3	18.8	8.0	20.0
8	Technological assistance	25.1	18.2	12.5	31.7	35.7	23.3	20.3	31.2	20.0
9	Establishment of institutions for engineers	3.6		4.2		2.4	7.0	5.8	3.6	4.0
10	Technological information service	8.4	18.2	4.2	16.7	7.1	7.0	2.9	12.3	4.0
11	Management information service	2.0			3.3	4.8	2.3		3.6	
12	Training services for business administration	4.8			3.3		16.3	4.3	4.3	6.0
13	Training services for technology	6.4		4.2	11.7	2.4	7.0	5.8	8.0	5.0
14	Sales tax reduction	45.4	72.7	62.5	40.0	47.6	51.2	36.2	55.8	37.0
15	Improvement of laws	10.8		20.8	6.7	11.9	4.7	15.9	11.6	11.0
16	Simplification of administrative procedures	35.1	18.2	33.3	23.3	45.2	41.9	39.1	34.1	41.0
17	Improvement of traffic infrastructure	6.4		4.2	3.3	7.1	4.7	11.6	5.8	8.0
18	Stable supply of electricity	25.1	27.3	25.0	30.0	14.3	16.3	33.3	25.4	28.0
19	Improvement of water supply	9.2	9.1	12.5	8.3	4.8	2.3	15.9	8.7	11.0
20	Promotion of industrial associations	8.8	9.1	4.2	11.7	9.5	11.6	5.8	10.9	7.0

Note A blank means that no company fitted to the question.

日越共同研究アカデミック・グループメンバーリスト

	ヴェトナム側		日本側	
	総括主査	Nguyen Quang Thai	総括主査	石川 滋
サブグループ				
農業／農村開発部会	主査	Nguyen Xuan Thao Phan Doanh	主査	原 洋之介
		Le Hong Thai Nguyen Thai Nguyen Cao Duc Phat		桜井 由躬雄 泉田 洋一 池本 幸生
AFTA/APEC/WTOへの 参加および産業政策部会	主査	Pham Quang Ham	主査	今岡 日出紀
		Nguyen Duc Minh Nguyen Xuan Thu Nguyen Dinh Phan Tuong Lai Nguyen Quang Vinh Nguyen Dinh Hai Dao Phi Thuy Nguyen Tien Hiep Dang Huu Dao		江橋 正彦 大野 幸一
財政／金融部会	主査	Lai Quang Thuc	主査	堀内 昭義
		Le Quoc Ly Trinh Nhu Phuc Tran Van Ta Duong Thu Huong Vu Van Hoa Ho Si Cuc		田近 栄治 渡辺 慎一 黒柳 雅明

国営企業部会

主査

Le Dang Doanh

主査

石川 滋

Tran Tien Cuong
Le Xuan Ba
Nguyen The Phiet
Bui Van Dung
Nguyen Kim Anh
Nguyen Duc Tang
Nguyen Duc Tien
Nguyen Cong Thien
Nguyen Van Quang

平田 光弘
大野 健一
竹内 郁雄
岡田 依里

編集委員会メンバーリスト

座長 石川 滋
Nguyen Quang Thai
副座長 原 洋之介

	アカデミックグループ	コンサルタントグループ
農業／農村開発部会	原 洋之介 Nguyen Xuan Thao Phan Doanh	新藤 政治
AFTA/APEC/WTOへの参加 および産業政策部会	今岡 日出紀 Pham Quang Ham	福井 宏一郎 舛山 誠一
財政／金融部会	堀内 昭義 Lai Quang Thuc	森 和之
国営企業部会	石川 滋 Le Dang Doanh	菫生 光紀
事務局	貝原 孝雄、小林 良邦、森 裕之、	

JICA