

論文 ホーチミン市の内需向けアパレル産業の生産と流通構造 -- 地縁・血縁ネットワークの企業間関係と下請生産

著者	後藤 健太
権利	Copyrights 日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジア経済
巻	46
号	10
ページ	2-25
発行年	2005-10
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00007528

ホーチミン市の内需向けアパレル産業の生産と流通構造

地縁・血縁ネットワークの企業間関係と下請生産

ごとう けんた
後藤 健太

はじめに

国内アパレル産業の概要

企業間関係の中の縫製企業

国内縫製企業の利潤要因の検証

おわりに

補論 ゴイ・ダウ取引におけるインフォーマル信用
利子率の推計方法

はじめに

本稿はベトナムの国内市場向けアパレル産業の生産・流通組織の構造を明らかにすることを課題としている。ベトナムの国内市場向けアパレル産業（以下国内アパレル産業）の生産と流通の主要な担い手は零細な民間企業であり、その展開は1986年のドイモイ政策に端を発する（注¹）。同政策は、バオカップ制度（注²）における繊維製品の生産統制および配給制度の終焉と、私企業の積極的認知という点においてその産業形成に重要な影響を及ぼした。ドイモイ以前のベトナムのアパレル産業は大規模な国有縫製企業が中心だったが、これらは旧コメコン諸国向け輸出を中心業務としていた。国内アパレル需要は主に個々の消費者が配給生地を個人テーラー業者に持ち込み、衣料品に仕立てることで満たされていた（注³）。バオカップ制度の廃止は生地等資材の自由な取引を可能にし、商品生産としての国内アパレル産業の土壌を作り出した。

また1979年の新経済政策導入以降も市場と私企業の存在は常に政策論争の中心にあったが〔木村 1987, 163-194〕、その認知と発展の奨励は、零細民間企業の出現を可能とした。ドイモイ政策の施行から20年近くが経った今日、その集積はホーチミン市において著しい。

ところで、ベトナムの国内アパレル産業に関しては研究蓄積が少なく、またそれを市場の狭隘性と制度的後進性によって特徴付けるにとどまっていた点を強調しなければならない。前者に関する議論は、国内アパレル市場が輸出市場と比較して小さく、とりわけ北部ベトナムに関しては中国を中心とした周辺諸国からの密輸品で溢れているという状況をもとに展開されている〔Oteifa, et al. 2000, 4-6; Tran 1998, 37〕（注⁴）。後者については、市場情報の分散や生産の担い手である零細な民間縫製企業の後進性がとりあげられ、その改善が進まなければ発展が困難であるという議論が主要である〔Pham 2000, 106-108; Tran 1998, 37-40; Tri 1998, 43〕。しかしこれらの研究は、常に輸出産業の相対的優位という枠組みの中に国内アパレル産業を位置づけるだけで、それ自体の生産と流通構造の分析はほとんど行われず、実態も明らかにしていない。また、ベトナムの民間工業部門に関する統計資料の未整備も著しく、公式資料による包括

的な産業構造の把握が困難なことも研究史が手薄な要因の一つである [Pham 2000, 107]

一方で、先進国中心のアパレル産業研究の主要な関心は、その産業の生産・流通構造がいかに市場の不確実性に効率的に対応しうるかという点にある。換言すれば、在庫リスクを極小化しうるデザインで製品を企画し、販売機会損失を低減する効率的な生産・流通組織の構築が議論の中心にあり、これを前提として既存のアパレル産業の生産・流通構造の解明に強い関心が向けられているのである [Abernathy et al. 1999, 1-17]

その中において、とりわけ注目されているのが米国型の製販統合と、イタリア型の専門化企業のネットワーク型産業組織であり、近年のアパレル産業研究はその有効性と他諸国への応用可能性に関するものが中心である [通商産業省生活産業局 1999, 203-214]。米国型の製販統合型生産・流通組織は、消費市場に近い小売業者による生産と流通の垂直的統合形態をとることが一般的である。分析対象としてのアパレル産業を紡績、織布、縫製および流通を包括した垂直的チャンネルとしたうえで、この米国型生産・流通組織にまつわる議論は、サプライチェーン・マネジメントやクイック・レスポンスによる市場情報の生産への効率的なフィードバックを通じた競争力強化と市場形成を中心に展開されている [Abernathy et al. 1999; Fisher et al. 1994; Hammond 1992] ^{注5)}。一方、イタリア型の生産・流通組織に関しては、コンバーターと呼ばれる、必ずしも自らの生産設備を所有しない商業主体 ^{注6)} の統括による多様な工程専門企業の分業体制の有効性が強調されている [小川 1998]。この議論は、マイケル・ピオリとチャ

ールズ・セーブルらが標準的工業製品の大量生産体制の限界を克服する生産・流通組織として提示したクラフト的生産体制 [Piore and Sabel 1984] の理論的枠組みの影響を強く受けているものである。米国とイタリアのアパレル産業の具体的な生産・流通組織構造は異なっているものの、それらはいずれも消費市場に近い商業主体が市場の需要変化にうまく対応し、生産と流通を効率よく統括することで成立している。その中でそれぞれのアパレル産業は、デザイン力やファッション性を軸に独自のブランドの確立を通じた製品差別化を行ってきたのである [岡本 1994, 183]。本稿にとってこれらのアパレル産業研究が重要なのは、生産主体と比較して消費市場に近く、アパレル需要情報の入手に関して比較優位を持つ商業主体統括型のアパレル生産・流通組織が、アパレル産業の展開を担ってきたという点にある。

このような視点からベトナムの国内アパレル産業を捉えるとどうなるのだろうか。ドイモイ以前のバオカップ政策下におけるベトナムの生産と流通は、中央集権計画システムの「上級機関と企業との間の支配従属関係」によって特徴付けられてきており、生産と流通の組織化を市場メカニズムに委ねる決定が、ドイモイの施行を待たなければならなかったことを想起したい [竹内 1996, 15-19]。ベトナム北部では1950年代から、南部でも1970年代後半から商業活動は国家統制下に置かれ、そのため生産と流通の経済社会的分業が発達せず、その組織化を担う商業主体も不在だった [トラン 1999; 石川 1995]。バオカップを中心としたベトナムの社会主義経済体制の下では、商業主体の主導による流通システムやマーケティング・チャンネル、そしてそ

れによる市場情報の仲介メカニズムも存在せず、これらは市場経済化路線を取った今日でも未熟である [Ronnas and Ramamurthy 2001, 9-10]。こうした、商業主体の未発達という特徴を持つベトナムにおいて、そのアパレル産業の生産・流通組織はどのようなものであり、誰によって統括されているのだろうか。このような点から、本稿はその生産と流通構造を明らかにすることを課題とする。

本稿が対象とするベトナムの国内アパレル産業のアパレル製品は、海外ブランドの模倣品を中心とした均質的な製品が主要である。ベトナムの国内アパレル市場は、先行研究の示唆するような狭隘的環境にあるにもかかわらず、その生産を担うホーチミン市の民間縫製企業は増加しており、後述するように、その産業への特化度を深める傾向にある。この中で本稿は、ベトナムの国内アパレル産業では消費市場に近い商業主体の生産関与が極めて少なく、生産主体主導のアパレル生産という実態に注目する。その中で、国内アパレル産業において広範に見られる下請生産関係の構造を明らかにし、さらにアパレル問屋や小売店の関わるアパレル流通の実態にも言及する。

上記を行うにあたり、本稿では個別生産企業の生産要素と、生産企業間および生産・流通企業間の取引関係の実態を掘り下げていく。また、国内アパレル産業の持つ特殊性をより明確にし、相対化させるためにも、より企業規模が大きく資本設備も充実している輸出企業に関するデータも比較軸として必要に応じ分析に用いる。一般に海外市場で要求されるアパレルの品質基準は国内市場よりも高く、縫製技術と生産設備における輸出と国内企業間の格差は顕著である。

そのため輸出・国内企業間の生産・流通上のリネージュもほとんど存在せず、仕向け先による棲み分けも明確である^(注7)。

本稿の分析の大半は2002年9～10月および2003年6～9月にホーチミン市にて行った民間縫製企業21社の詳細な経営調査で収集した一次データに基づいている。この調査におけるサンプル企業の選定は、ホーチミン市統計局の事業所細目表および職業別電話帳に記載されている同市タンビン区 (Quan Tan Binh) の企業リストをサンプリング・フレームとし、ランダムに行った^(注8)。また、2001年には民間・国有および外資の縫製企業59社と主要都市の繊維・アパレル市場の流通業者75社を調査し、2003年には主要なアパレル集散市場の間屋150社に対するサンプル・サーベイを行ったが、これらの調査データも必要に応じ利用した。

本稿の構成は以下の通りである。第 節ではホーチミン市のアパレル産業を入手可能な統計データを基に概観することからはじめる。次に調査企業の基礎データを整理し、国内アパレル産業の特質を、各企業の生産要素に注目しながら考察していく。第 節では縫製企業を中心に、その企業間関係に注目し、国内アパレル産業の生産・流通組織の構造を明らかにする。第 節ではそれまでの議論を踏まえ、国内アパレル産業における下請け生産関係を詳細に検討し、最終節で総括する。

国内アパレル産業の概要

1. ホーチミン市のアパレル産業

はじめに、入手可能な統計データから、ホーチミン市のアパレル産業を概観し、その産業規

表1 ホーチミン市のアパレル産業規模（生産高）

金額：10億ドン（1994年価格）

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
アパレル生産高合計（全国）	3,400.3	4,325.4	4,666.6	5,217.7	6,042.3	6,861.7	8,181.9	9,892.1
内、ホーチミン市合計	1,691.6	2,524.8	2,565.7	2,809.4	3,284.3	3,807.8	4,528.1	5,795.4
ホーチミン市比率（対全国）	49.7%	58.4%	55.0%	53.8%	54.4%	55.5%	55.3%	58.6%
所有形態別生産高内訳（ホーチミン市）								
国有	636.2	795.7	734.1	871.2	918.9	1,007.9	1,147.1	1,554.7
構成比	37.6%	31.5%	28.6%	31.0%	28.0%	26.5%	25.3%	26.8%
外資	178.2	653.1	738.9	759.3	890.8	1,000.5	1,235.9	1,652.1
構成比	10.5%	25.9%	28.8%	27.0%	27.1%	26.3%	27.3%	28.5%
民間	877.2	1,076.0	1,092.7	1,178.9	1,474.6	1,799.4	2,145.1	2,588.6
構成比	51.9%	42.6%	42.6%	42.0%	44.9%	47.3%	47.4%	44.7%

（出所）Government of Viet Nam, General Statistical Office（1999；2001；2003）および Ho Chi Minh City, Statistical office（1999；2003）より筆者作成。

表2 ホーチミン市のアパレル産業：企業数と労働者数

	1980	1985	1990	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
縫製企業数											
国有		5	9	18	15	15	15	15	15	15	15
外資		-	-	-	25	46	51	49	61	70	109
民間	1,977	1,903	1,402	5,634	4,421	2,424	2,746	3,732	3,812	5,116	5,367
合計	1,982	1,963	1,420	5,674	4,482	2,491	2,810	3,808	3,897	5,240	5,491
縫製企業労働者数											
国有	6,902	8,006	11,022	27,040	31,133	29,906	24,906	32,050	33,042	36,589	39,032
外資	-	-	-	8,193	16,612	18,794	19,851	25,360	26,649	44,070	55,750
民間	12,525	13,381	18,136	55,962	53,901	41,471	46,878	76,564	74,534	79,759	88,270
合計	19,427	21,387	29,158	91,195	101,646	90,171	91,635	133,974	134,225	160,418	183,052
企業あたり労働者数 = ÷											
国有	1,380.4	889.6	612.3	1,802.7	2,075.5	1,869.1	1,660.4	2,136.7	2,202.8	2,439.3	2,602.1
外資	-	-	-	327.7	361.1	368.5	405.1	415.7	380.7	404.3	511.5
民間	6.3	7.0	12.9	9.9	12.2	17.1	17.1	20.5	19.6	15.6	16.4
工業部門全労働者数											
合計	264,737	317,865	266,661	404,252	430,698	460,090	467,143	677,343	727,486	820,228	886,815
縫製企業労働者比率 = ÷	7.9%	7.3%	12.6%	27.1%	27.8%	21.5%	22.0%	22.3%	19.9%	19.3%	19.9%

（出所）Ho Chi Minh City, Statistical office（1991；1999；2003）より筆者作成。

模を確認しておこう^{注9}。表1は1996年から2003年までのホーチミン市のアパレル生産高を示すものである。

1997年以降に関していえば、ベトナムのアパレル生産の半分以上をホーチミン市のアパレル産業が担っている。また、ホーチミン市内の産

表3 民間部門におけるホーチミン市のアパレル産業特化度

金額：10億ドン（1994年価格）

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
全国								
民間部門生産高（工業部門全体）	28,369.1	31,068.0	33,402.3	37,027.0	44,144.1	53,647.0	63,474.4	75,325.3
民間部門生産高（アパレル）	1,709.9	1,948.5	2,083.9	2,267.0	2,616.4	3,108.5	3,609.0	4,280.3
ホーチミン市								
民間部門生産高（工業部門全体）	8,833.6	9,595.9	10,339.2	11,502.6	14,232.2	17,470.6	20,657.6	24,448.8
民間部門生産高（アパレル）	877.2	1,076.0	1,092.7	1,178.9	1,474.6	1,799.4	2,145.1	2,588.6
生産高比率（全国） = ÷ , %	31.3%	30.9%	31.0%	31.1%	32.2%	32.6%	32.5%	32.5%
生産高比率（ホーチミン市） = ÷ , %	51.3%	55.2%	52.4%	52.0%	56.4%	57.9%	59.4%	60.5%
ホーチミン市のアパレル産業特化係数 ÷	1.65	1.79	1.69	1.67	1.75	1.78	1.83	1.86

（出所）Government of Viet Nam, General Statistical Office（1999；2001；2003）およびHo Chi Minh City, Statistical office（1999；2003）より筆者作成。

業構造（生産高別）に注目すると、国有企業や外資企業と比較した場合の民間企業の生産比率及びその実質成長率の高さが明らかである^{（注10）}。

表2はホーチミン市の縫製企業数とその労働者数を企業の所有形態別にまとめたものである。まず、1980年から比較して2003年における企業数・労働者数の著しい伸びが確認できる。同時に、工業部門の全労働者における縫製企業労働者の比率が拡大している点も注目される。また、企業あたり平均労働者数を所有形態別にみると、国有、外資及び民間の間で格差があり、とりわけ民間企業の平均労働者数の低さが顕著となっており、その零細性を示している。本稿で対象とする国内アパレル産業を主に担う縫製企業もこれら民間部門に含まれる。

次に、民間部門全体において、アパレル産業に関わる企業がホーチミン市において集積している点を、全製造業との関連でみてみよう。ある特定地域の産業構造がどの分野に偏って集積しているかを知るには、産業特化度を見る方法が一般的であるが[Bai et al. 2003]、本項でもホーチミン市の民間部門のアパレル産業への特

化度を算出して概観してみよう^{（注11）}。表3は民間部門に関し、全工業生産におけるアパレル生産高の比率をホーチミン市および全国についてまとめ、特化指数を算出したものである。

仕向け先別の統計データの入手が可能でないため、当データが国内アパレル産業のホーチミン市への集中を直接現すものではない。しかしながら、国内アパレル市場を主に担っている民間アパレル企業の集積がホーチミン市で進んでおり、さらに特化係数が上昇していることから、その傾向が強まりつつあるという実態は明らかである。次項以降では、現地における企業調査に基づき、その生産と流通組織の実態を掘り下げていきたい。

2. 生産要素から見た国内アパレル産業の特徴

現地調査では、国内アパレル生産において、従業員数が数十人程度の相対的に大きな縫製企業と、従業員数人程度の零細な縫製企業との間の一方的な下請生産関係の展開が広範に見られた^{（注12）}。そこで、本稿では国内アパレル産業に関して、前者を元方企業、後者を下請企業と明示的に区別する。表4は2002年及び2003年で調

表4 調査企業概要

企業形態	企業	創業年	主要生産品	従業員					福利厚生		国内市場 比率(%)
				合計 人数	平均 年齢(%)	親戚 (%)	同郷 (%)	女 (%)	住居	食事	
国内 私営 企業	下請	A 1998	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	2	17.0	0.0	0.0	100	無	無	100
		B 1993	編物縫製品(Tシャツ・ポロシャツ)	8	20.4	50.0	100	50.0	有	有	100
		C 2001	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	5	24.6	0.0	100	80.0	有	有	100
		D 1998	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	6	22.6	16.7	66.7	83.3	有	有	100
		E 2000	編物縫製品(Tシャツ・ポロシャツ)	8	24.1	0.0	100	100	有	有	100
		F 2001	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	10	23.0	0.0	100	70.0	有	有	100
		G 1998	編物縫製品(Tシャツ・スエット類)	15	20.3	0.0	0.0	53.3	有	有	100
	元方	H 1997	布帛縫製品(シャツ・パンツ・カーテン)	4	21.0	0.0	100	100	無	無	100
		I 1995	布帛・編物縫製品全般	20	22.2	30.0	45.0	65.0	有	有	100
		J 1999	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	25	23.0	20.0	60.0	80.0	有	有	100
		K 1996	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	28	23.5	0.0	57.1	NA	有	有	100
		L 1995	布帛・編物縫製品全般	34	22.0	20.6	73.5	73.5	有	有	100
		M 1997	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	40	25.2	5.0	37.5	75.0	有	無	100
		N 1992	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	40	23.1	10.0	60.0	62.5	有	有	95
		O 1994	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	50	24.8	24.0	100	70.0	有	有	100
輸出 有限責任 会社	P 1996	布帛縫製品(シャツ・パンツ)	80	25.0	7.8	0.0	95.3	無	無	0	
	Q 1997	布帛・編物縫製品全般	88	24.0	12.5	12.5	79.5	無	無	5	
	R 1993	布帛縫製品(シャツ・中綿ジャケット)	98	22.0	1.0	1.0	87.8	無	無	10	
	S 1994	布帛縫製品(シャツ・パンツ・中綿ジャケット)	100	23.0	2.0	10.0	90.0	無	無	0	
	T 1992	布帛・編物縫製品全般	280	23.5	0.0	0.0	85.7	有(寮)	無	0	
	U 1993	布帛縫製品(シャツ・パンツ・中綿ジャケット)	950	22.0	0.3	0.6	94.4	無	無	0	

(出所) 2002年9月～10月および2003年6月～9月における現地調査より。

(注1) ベトナム企業法上の分類における doanh nghiep tu nhan を「私営企業」、cong ty trach nhiem huu han を「有限責任会社」とした。

(注2) 多くの企業は布帛と編物の両方を生産していたが、表では比重が大きい方を「主要生産品」とした。ただし、生産量が同等な企業に関してはその両方を記した。

(注3) 「合計人数」以外の平均値は、従業員数による加重平均である。

(注4) NA とは現時点でその項目に関する情報が取得できていないことを示す。

(注5) 国内市場比率は、各企業のアパレル製品の流通先に関わるものであるが、下請企業に関しては、その委託先である元請企業の製品出荷先を表している。

査した企業の概要である。

先述したように、ホーチミン市において繊維・縫製関連企業の集積が最も進んでいるのはタンビン区であり(注13)、本稿も同区の縫製企業を分析対象とした。調査企業21社のうち、国内企業15社は全て「私営企業」であり、輸出企業6社は、より規模の大きな「有限責任会社」である(注14)。各企業の創業年は概して最近であり、

当産業が新しいことを反映しているが、その中でも下請企業の操業年数は特に短い。

多くの企業は生地の種類による生産特化が弱く、布帛と編物^{ふはく}生地の両方を使ったアパレル製品を生産している。この傾向は、これらが仕様の単純なアパレル生産にとどまり、重衣料等の高度で専門的な熟練技術を要する高付加価値アパレルの生産を行っていないことを端的に示し

表5 各縫製企業の従業員の縫製業務経験

企業形態	企業	合計従業員数	サンプル数	平均教育年数	平均勤務年数	現在の企業で働く前の縫製業務経験					就業前の主な仕事	
						経験なし	～1年未満	1～2年未満	2年以上	平均年数		
国内	下請	A	2	2	9.0	2.0	2	0	0	0	0.00	なし(学生2)
		B	8	8	8.5	2.1	7	0	1	0	0.13	なし(7うち学生4)個人テラー業
		C	5	5	9.6	1.0	3	1	1	0	0.30	なし(3うち学生1)他縫製企業 農業(実家の手伝い)
		D	6	6	9.2	2.2	4	1	1	0	0.42	農業(4)個人テラー業 職業訓練学校(縫製技術)の学生
		E	8	8	9.0	1.6	6	0	1	1	0.38	なし(6うち学生4)他の縫製企業(下請)勤務
		F	10	10	10.0	1.0	7	0	3	0	0.30	なし(7うち学生4)個人テラー業(2)その他
		G	15	15	9.0	2.5	11	2	3	0	0.30	なし(学生5)農業(5)個人テラー業(3)職業訓練学校の学生(2)
							形態別平均				0.29	
	元方	H	4	4	9.0	5.0	3	0	1	0	0.25	なし(3)個人テラー
		I	20	16	9.6	3.8	11	1	3	1	0.38	なし(12うち学生6)個人テラー業(3)他縫製企業(1)
		J	25	24	9.6	3.0	19	1	3	1	0.27	なし(14)農業(4)個人テラー業(3)他縫製企業(1)その他(3)
		K	28	10	9.4	2.4	6	2	2	0	0.24	なし(4うち学生2)農業(2)個人テラー業(3)
		L	34	19	12.0	5.0	14	0	3	2	0.37	なし(14)職業訓練学校(縫製技術)の学生(3)個人テラー業(1)他縫製企業(1)
		M	40	8	10.3	5.3	6	0	2	0	0.31	農業(5)学生(2)個人テラー業(1)
N		40	8	9.0	5.1	5	1	2	0	0.38	なし(5うち学生2)他縫製企業(3)	
											形態別平均	0.35
輸出	P	80	6	12.0	4.0	1	0	3	1	1.33	個人テラー業(3)国有縫製企業(1)他民間縫製企業(1)その他	
	Q	88	12	11.0	4.0	0	0	1	3	2.58	国有縫製企業(7)他民間縫製企業(3)個人テラー業(2)	
	R	98	7	9.8	4.0	0	0	3	4	2.71	国有縫製企業(3)個人テラー業(1)その他	
	S	100	9	12.0	5.5	0	0	5	4	2.11	他民間縫製企業(4)国有縫製企業(3)個人テラー業(2)	
	T	280	8	12.0	5.0	0	0	0	8	3.38	国有縫製企業(5)個人テラー業(2)外資縫製企業(1)	
	U	950	10	12.0	4.0	0	0	2	8	5.10	国有縫製企業(8)他民間縫製企業(2)	
											形態別平均	4.14

(出所) 2002年9月～10月および2003年6月～9月における現地調査より。

(注1) 平均勤務年数とは、各調査企業での勤務年数を示しており、縫製業務経験年数とは必ずしも一致しない。

(注2) 形態別平均値は、人数により加重平均した。

ている。

労働力に関して、経営者の家族が働いているケースはなかった。従業員の平均教育・勤務年数と親戚・同郷出身者比率に明確な格差があるが、これは国内企業と輸出企業における採用方法の違いに因る。輸出企業では雇用の必要が生じる毎に新聞に募集広告を掲載する等して、ホーム市内から従業員を採用する方法が主である。これに対し、国内企業では経営者の親戚や同郷出身者等を地方から呼び寄せることが一

般的であり、そのため経営者と血縁・地縁関係を持つ従業員が多い。

国内企業の上述の血縁・地縁関係による地方若年層の雇用は、その労働力の熟練度の低さと関連している。表5は各企業の従業員の縫製業務経験に関するデータである。従業員の職歴に関し、輸出企業の多くが国有企業や他の民間縫製企業で数年の勤務経験を持つのに対し、国内企業の従業員の多くは非就業者や縫製未経験者であった。国内企業の限られた縫製業務経験者

表6 地縁・血縁従業員の就業理由

理由	人数(複数回答)
地元に関がない	14
賃金が良い	8
将来性がある・独立したい	5
実家の家計を助けるため	3
経営者に頼まれて	3
都市部(ホーチミン市)に住みたい	2
その他	2
サンプル平均年齢	21.2
就業時平均年齢	17.9
サンプル女性比率	83.3%
サンプル数	18

(出所) 2002・2003年の現地調査より。

でも、その殆どは個人テーラー業を営んでいた(あるいは手伝っていた)従業員であるが、概してこれらのテーラー業者の縫製品は粗雑で品質が低い。

表6は、経営者と地縁・血縁関係にある地方出身の従業員が現在の職場で勤務するようになった理由をまとめたものである。その中で最も多かったのが、地方の就業機会の限定と都市部の相対的な高賃金である。以上は、輸出企業で

は縫製業務能力と学歴を採用の基準としているのに対し^(注15)、国内企業に関しては、縫製業務能力とは無関係に、血縁・地縁ネットワークによる地方非就業者の採用が中心であることを示している。

次に各企業の生産設備を見てみよう。表7から、まず国内企業の資本集約度の低さが明らかである。輸出企業も国内企業もその機械設備は中古品が多いが、その比率は国内企業の方が高く、下請企業の機械類に至っては全てが中古品であった。また、国内企業の機械設備は1本針本縫およびオーバーロックという基本的な汎用機が大半を占めているのに対し、輸出企業は高い品質要求と複雑な仕様に対応するため、特殊ミシンや自動化ミシンを備えており、CADや検針機、延反・裁断設備等、縫製に直接関わらない機械設備も充実している。延反や裁断、仕掛かり準備などの前工程は縫製業の生産性に極めて大きな影響を与えるため、これら直接縫製に関わらない設備の格差は重要である[Abernathy et al. 129-132] また、下請企業全ておよび

表7 生産設備の概要(企業形態別平均)^{注1)}

金額: 1000ドン

	国内企業		輸出企業
	下請企業	元方企業	
本縫い	15,071	72,219	852,500
オーバーロック	13,214	28,250	396,750
特殊ミシン ^(注2)	6,971	35,813	151,000
その他 ^(注3)	500	102,198	3,167,417
合計	35,757	238,479	4,718,667
従業員数	7.7	30.1	255.0
従業員一人当たり機械・設備	4,635	7,916	18,505
(サンプル数)	(7)	(8)	(6)

(出所) 2002年9月～10月および2003年6月～8月の現地調査より。

(注1) 機械を貸与している場合は、その機械も含む。逆に機械貸与を受けている場合、その機械は含まない。

(注2) 特殊ミシンには環縫・ボタン穴かがり・門止め・千鳥ミシンが含まれる。

(注3) 「その他」にはCAD・プレス・洗い機・シームテープ加工機・延反/裁断設備・検針機等仕上げ設備類が含まれる。

一部の元方企業は経営者の家屋の一部で生産活動を行っているのに対し、輸出企業は専用の工場社屋を有しており、工場面積も広い^(注16)。以上、個別企業の生産要素から見た場合、国内企業の資本集約度の相対的低位が明らかとなったが、とりわけその労働力は、輸出企業と比較しても熟練度が低い。次節では国内アパレル産業の特質を、その生産・流通組織との関連から分析していく。

企業間関係の中の縫製企業

1. 生産企業同士の企業間関係 生産・資 本的企業間関係

表8は各企業の下請・外注関係をまとめたものだが、特筆すべきは、輸出アパレル生産において、国内アパレル産業に見られるような下請生産関係がほとんど見られない点である。国内

表8 下請生産関係の概要

企業形態	取引先数 企業 (製品発 注元)	下請外 注先数	外注 比率	取引先の概要	取引先企業経営者との関係	
国内	下請	A	1	0	-	国内市場向け元方企業 経営者が同郷出身者。
		B	1	0	-	国内市場向け元方企業 経営者が義兄。
		C	1	0	-	国内市場向け元方企業 夫(民間保険企業勤務)の紹介。
		D	2	0	-	国内市場向け元方企業 NA
		E	1	0	-	国内市場向け元方企業 NA
		F	1	0	-	国内市場向け元方企業 N社。経営者が義兄。
		G	2	0	-	国内元方・輸出企業 同郷出身の経営者。
	元方	H	1	1	20.3%	市内の縫製品問屋 隣家(個人テラー業者)。
		I	0	3	37.9%	市内の縫製品問屋 同郷出身の経営者。
		J	0	2	34.8%	市内の縫製品問屋 NA
		K	0	2	36.7%	市内の縫製品問屋 同郷出身の経営者。
		L	0	2	24.3%	市内の縫製品問屋 国有縫製企業の元同僚。
		M	0	3	27.4%	市内の縫製品問屋 全下請企業が同郷出身者の経営者でそのうち一社は実弟が経営。
		N	0	2	26.6%	市内・周辺都市の縫製品問屋 F社(経営者が義弟)および同郷出身の経営者。
		O	0	3	31.9%	市内の縫製品問屋・スーパー 一等大規模小売店 2社は同郷の幼馴染 もう一社は他社よりの紹介。
輸出	P	5	0	0.0%	ロシア・EU向け(韓国商社が多い) なし	
	Q	10	4	3.6%	EUの商社(越僑) 不定期に外注する委託加工先が4社(1社は元従業員が経営、全て血縁・地縁関係はなし)。	
	R	18	0	0.0%	日本 アメリカ EUの商社 なし	
	S	7	2	4.3%	香港系商社(対米輸出) 不定期に外注する委託加工先が2社(血縁・地縁関係はなし、取引先からの紹介)。	
	T	15	0	0.0%	EU・ロシアの商社(越僑が多い) なし	
	U	18	0	0.0%	日本 韓国 EUの商社 なし	

(出所) 2002年9月～10月および2003年6月～9月における現地調査より。

(注1) NAとは現時点ではその点に関する情報が取得できていないことを示す。

(注2) 外注比率は、総工費に占める外注工賃比率とした。

(注3) 下請企業で、その生産工程を恒常的に外注している企業はなかったが、受注変動を平準化するために下請作業の中間取引が行われることはある。

アパレル生産を担う元方企業においては、下請企業への外注加工費比率が、内製分を含めた縫製工賃の約3割を占めているのに対し、輸出企業では突発的な生産能力の不足等による緊急時以外ではほとんど行われておらず、その比率も低い。輸出企業が他の企業へ下請外注を行わない理由としては、下請先に対する品質、納期および資材着服防止等に対する管理の困難が一般的である^(注17)。したがって、下請企業の取引先もほとんどが国内市場を担う元方企業である。また、これら下請企業はアパレル問屋や輸出商社などの国内・海外いずれの市場を結ぶ流通業者とも直接取引がなく、下請生産に特化している。下請企業が別の下請企業（2次下請）へ外注することはないが、受注変動の平準化のため、同業者同士による下請作業の限定的な仲間取引が行われることはある。

ところで、元方企業と下請企業間の関係において、その経営者同士が地縁や血縁関係を持つ

ことが広く見られる点も重要である。輸出企業が下請外注を行わない理由と同様、こうした生産関係においても資材の横領や生産の手抜き等、情報の非対称から生ずる下請企業の機会主義的行動にまつわる問題が生じる。しかし、地縁・血縁関係による下請生産関係は、元方企業による下請企業のモニタリング費用を低減する作用を持つと考えられる^(注18)。また、下請企業や元方企業の取引企業数は輸出企業と比較して少なく、企業間関係も相対取引を中心としているため、その取引範囲も限定的である。

表9は企業形態別の機械設備購入の資金源である。調査企業のほとんどが中古機械を使用している点は先に述べたが、中古ミシン等を供給している繊維機械問屋では通常、現金による売買取引しか行っていない^(注19)。海外縫製機械メーカーの現地事務所や販売代理店から信用買いやリース契約による新品ミシンの調達方法もあるが、そのような方式は信用の問題から規模の大きな輸出企業に限定されているため、国内企業の設備機械の購入は手持ち現金によらざるを得ない^(注20)。縫製企業が発注元から機械貸与を受ける事例も多少あるが、輸出企業に貸与される機械類は先進的な特殊ミシン等が一般的であるのに対し、下請企業の場合は基本的で古いものに限定されている。また、元方企業に関しては、機械貸与を受けている企業はなく、機械設備の購入資金の大半を自己資金で賄っている。労働集約的な縫製産業では操業に必要な投資費用は一般的に小さいが、零細民間企業は制度金融へのアクセスが限定されているため、余剰現金が不足している場合、操業（とりわけ起業時）が困難となる [Nguyen D. P. 1996 ; Nguyen H. D. 1998]。したがって最も零細で信用力もない

表9 機械設備の購入資金源

	国内		輸出
	下請企業	元方企業	
購入資金			
自己資金	58.6%	89.2%	61.7%
親類・友人(元請の場合は元方企業)からの借入	32.1%	6.7%	0.0%
銀行借入	0.0%	2.5%	28.3%
信用買い	0.0%	0.0%	5.0%
その他	2.1%	1.7%	0.8%
依託加工元・パイヤーからの機械貸与	7.1%	0.0%	4.2%
合計	100.0%	100.0%	100.0%
サンプル数	(7)	(8)	(6)

(出所) 2002年・2003年の現地調査より。

(注1) 比率は金額ベース。

(注2) 信用買いには繊維機械メーカー・問屋からの機械リースも含む。

(注3) 「その他」には援助機関プログラムによる融資や講(Hui)などが含まれる。

表10 縫製品の自社企画比率

	国内		輸出
	下請企業	元方企業	
自社企画			
縫製仕様書の作成			
自社ブランド商品	0.0%	12.5%	1.7%
コピーブランド商品	0.0%	66.3%	0.0%
バイヤーからの企画依託商品	0.0%	1.3%	1.7%
その他	4.3%	18.8%	0.0%
小計	4.3%	98.8%	3.3%
取引先企画	95.7%	1.3%	96.7%
合計	100.0%	100.0%	100.0%
サンプル数	(7)	(8)	(6)

(出所) 2002年・2003年の現地調査より。

(注1) 比率は生産枚数ベース。

(注2) 「コピーブランド商品」とは他社ブランドの無断使用・デザインの模倣による縫製品を指す。

(注3) 「その他」には、「縫製見本による生産」、「パーツのみの生産のため、仕様書が必要ない」という回答を含む。

下請企業はことさら強い資金制約に直面し、設備投資を地縁・血縁関係のある元方企業経営者からの融資に依存せざるを得ないという状況にある。この点を考慮すれば、元方企業と下請企業の企業間関係は、単に生産工程の下請生産関係にとどまらず、それは設備投資費用の血縁・地縁関係に基づいたインフォーマルな資金融資を含むことから、生産および資本の相互依存的な関係であるといえる。

2. 生産と流通の分断と均質的アパレル生産

ベトナムの国内アパレル生産においては、均質な模倣品が中心であることは先に述べたが、本節ではまずこの点を具体的に検証するため、製品の企画に関する実態を概観しよう。

表10は企業形態毎の自社での企画比率の調査結果である。この表が明らかにしているように、調査対象企業の中で自社での企画比率が一定水準以上に達しているのは、元方企業のみである。

下請企業や輸出企業では、その生産の基となる縫製企画が仕様書や縫製見本の提供という形で95パーセント以上供給されている。とりわけ輸出企業に関しては、基本的に先進諸国のアパレル生産・流通組織における縫製企業と同様、商業的主体である海外企業の統括による生産・流通組織の下で特定の生産機能に特化しているため、製品企画に関与せず、在庫リスクも負わない。

一方、元方企業においては取引先からの企画指定がほとんど無く、デザインや仕様素材を自ら決定しており、在庫リスクに直面するという意味において受動的生産者としての輸出企業や下請企業とは対照的である。しかしながらその企画内容を見ると、全体の約3分の2が海外アパレルメーカーの製品を中心とした他社ブランドのコピー商品であり、自社ブランドの比率を大きく上回っている実態が明らかとなる^(注21)。つまり、縫製企画を各元方企業が決定しているものの、その実情は海外ブランドの商標の無断使用とデザインの模倣が中心なのである。

元方企業が他社ブランドのコピー商品を生産している理由は、知的財産権制度が未発達である中、自社ブランドの確立と需要に合致した製品差別化の困難と、海外ブランドの高需要という2つに分類できる^(注22)。自社ブランドの確立と製品差別化が困難な点に関しては、生産・流通組織内で下流からの市場情報の生産者への効率的なフィードバックが行われていないという実態があると思われる。

元方企業が模倣する海外ブランドを選定する際の企画情報源は、そのほとんどが自社で独自に収集した市場情報であり、生産や流通チャネルの取引企業からの情報入手は少ない(表11)。

表11 アパレル生産の企画情報源

	企業数(複数回答)
自社で独自に情報収集	
メディア(雑誌・テレビ)からの情報	8
経営者の独断	6
従業員・家族等からの情報	3
生産・流通チャネルの取引先からの情報提供	
素材メーカー・問屋からの情報	0
縫製品問屋からの情報	2
小売店からの情報	0
その他	1
サンプル数	8

(出所) 2002年・2002年における元方企業への調査より。

また、ブランドの確立には積極的なマーケティング活動によるプロモーション戦略も欠かせないが、これには他国の事例からも明らかのように、流通業者との連携が必要である。しかし、特定の縫製企業と連携してそのブランドを売り込んでいる流通業者は、筆者が調査した限りでは存在しなかった。また、このようなアパレル製品を扱っているベトナムの一般的なアパレル小売業者は、その産地や生産企業、さらには使用素材に関する正確な知識を持っていないことが普通である。ブランドや品質による差別化がほとんど行われていない状況においては、その製造元や使用素材に関する情報も価値を持たない。また、流通業者は消費者に近く、その需要把握も比較的容易だが、その情報を生産者と共有していない。市場情報を共有しない理由としては、彼らの私的情報に基づいて生産された商品がすぐに模倣されるため情報価値の陳腐化が早く、不利益であるというものが際立って多かった^(注23)。これらは生産・流通組織内における情報共有が乏しく、その分断が深刻であることを表している。その結果、限定的な市場情報し

が得られない元方企業にとって、需要の安定した海外ブランド品の模倣品生産が合理的となり、国内市場のアパレルも均質的にならざるを得ない。

また、国内企業の縫製技術向上が困難である事態も、国内アパレル市場の均質性の一因と考えられる。例えば、輸出アパレル産業においては、その生産・流通組織の統括者である海外の商業主体からの縫製技術や生産管理に関する技術指導、先進的機械の貸与を通じた革新的技術の移転の事例は珍しくない[後藤 2003, 143]。しかしながら、国内企業はこのような先進的技術を持つ海外の商業主体との接点を持たない。また海外の繊維機械メーカーは、新製品導入時に機械操作や生産ライン作りに関する技術的なアドバイスをその顧客に対して行うことが普通であり、縫製企業の生産技術革新の重要なチャネルとなっているが、国内企業はこのような機械メーカーとの取引関係も持たない^(注24)。結局これらの諸条件が国内企業の差別化を困難にしており、国内アパレル市場で均質的な商品が、同じような価格で取引される状況を作り出していると考えられる。以上は、独自ブランドの確立と製品差別化による需要対応を念頭に置いた米国やイタリアの生産・流通組織と異なる点である。

国内縫製企業の利潤要因の検証

1. 形態別経営分析 下請生産関係における構造的利潤要因の検証

本節では、まず始めに国内企業の損益分析を行い、その経営実態を把握する。

表12は調査企業21社の経営分析結果を下請お

表12 国内企業の経営分析（形態別平均，月あたり）

金額の単位：1000ドン

	下請企業		元方企業	
	実数	構成比(%)，参考	実数	構成比(%)
売上高	9,060	(100)	367,923	100.00
製品製造原価	6,773	(74.76)	345,001	93.77
() 材料費				
生地代(注1)	0	(0.00)	276,800	75.23
付属品代	57	(0.63)	12,500	3.40
() 労務費				
賃金(注2)	4,623	(51.02)	32,932	8.95
() 経費				
自社工場減価償却分・工場家賃(注3)	1,212	(13.37)	2,218	0.60
機械設備減価償却分(注4)	554	(6.11)	3,312	0.90
外注経費	0	(0.00)	14,001	3.81
その他経費	329	(3.63)	3,238	0.88
利潤(粗利益，構成比は売上総利益率)	2,287	-	22,922	6.23
従業員数	7.7	-	30.1	-
平均賃金	599.2	-	1,093.2	-
1人当たり利潤	296	-	761	-
利潤率(粗利益/運転資本，%)注5)	-	-	7.11%	-
(サンプル数)	(7)		(8)	

(出所) 2002年9月～10月および2003年6月～9月の現地調査より。

(注1) 元方企業の生地代は一部推計による。

(注2) 縫製直接工員賃金およびその他部門従業員賃金の合計。経営者の給与は算入していない。

(注3) 工場用地と建物の減価償却費の計算は償却期間を38年とし、定額法により行った。

(注4) 機械設備の減価償却費も工場家屋の計算に同様定額法を用い、償却期間を6年とした。

(注5) 利潤率の計算に用いた運転資本は、当該期間中に発生した()材料費と()労務費の合計である。

および元方企業別にまとめたものである^(注25)。下請企業と元方企業とでは、原価に資材コストを含むか否かという点で原価計算が異なるため、売上高などの単純比較は勿論できない。しかし、本項で注目すべき点は、下請企業と元方企業の利潤格差である。ところで本項ではこの利潤格差の要因を検証するが、具体的には、元方企業と下請企業の地縁・血縁による生産関係の中で、元方企業の相対的高利潤が下請企業の低縫製工賃による生産受託を通じた利潤還元起因する可能性に注目する。しかしながらその一方で、下請企業の低利潤が単に生産性の低さから生じている可能性もあるため、まずは企業形態毎の

生産性比較を行い、その影響を検証する。

表13は企業形態別の単位労働力あたり生産性比較を行ったものである。企業間の比較を可能にするため、製品品目を布帛長袖シャツに限定し、仕様も同様な製品の工賃を用いて推計した。その結果、縫製直接工員あたりの仕上がり枚数を見た場合、生産性に形態間格差がないように見える。しかし、国内企業の労働時間は輸出企業と比較して長く、その傾向は下請企業において顕著である。そのため、実労働時間で生産能力を調整すれば、下請企業が生産性が最も低く、元方企業、そして輸出企業の順に高くなる^(注26)。

上記は先の分析で明らかにしたように、国内

表13 企業形態別生産性（長袖布帛シャツ）

金額の単位：1000ドン

企業形態	国内企業		輸出企業(参考)
	下請企業	元方企業	
縫製直接工員平均賃金（一ヶ月：30日）（注1）	577.4	1,033.9	1,016.9
工員当たり平均仕上がり枚数（一ヶ月）（注2）	283.3	331.9	329.0
平均労働日数（一月）（注3）	27.1	22.3	21.4
平均労働時間（一日）	12.2	10.6	8.2
一日あたり平均仕上がり枚数 = ÷	10.44	14.89	15.35
時間あたり平均仕上がり枚数 = ÷	0.81	1.44	1.87
時間あたり平均賃金 = ÷(×)	1.75	4.44	5.79
シャツ一枚あたり縫製コスト ÷	2.17	3.08	3.09
(サンプル数)	(4)	(6)	(5)

(出所) 2002年・2003年における現地調査より。

(注1) 管理部門や物流担当者・清掃担当などの非縫製直接工員を除いた。

(注2) 生産能力の全てを長袖布帛シャツの生産に当てた場合。

(注3) 土日が休みの場合を21.4日(30 ÷ 7 × 5)、日曜日のみ休む場合を25.7日、日曜日の午後のみが休みの場合を27.9日として計算した。

企業、とりわけ下請企業の相対的低資本集約と、労働力の未熟練の反映と考えられる^(注27)。しかし、シャツ1枚あたりの縫製コストは下請企業が最も費用効率的である。海外市場と国内市場とでは製品品質が異なるため輸出・国内企業間の直接比較は難しいが、重要なのは同じ市場を相手にしている元方企業と比較しても、その単位労働力コストの相対的低さが明らかである。国内企業の労働時間は概して長いことは表13の示すとおりだが、下請企業の勤務時間は朝8時から遅いときには夜12時ごろまでと特に長い。また、休みは日曜日の午後だけという企業

がほとんどと労働環境も過酷であり、時間あたり賃金も著しく低い。このことは、下請企業の低加工賃生産受託に、労働力の未熟練以外に、元方との企業間関係から生ずる構造的な要因が働いていることを示唆している^(注28)。

そこで、上述の元方企業と下請企業間の単位労働力コストの格差を調整し、元方企業が全てを内製した場合（あるいは下請企業が元方企業と同じ縫製工賃で生産受注した場合）どれだけの利潤を実現しえたかを推計し、比較検討を行う。推計は、表13のような品目別縫製工賃の比較を布帛シャツ以外でも行い、調査企業の生産枚数

表14 生産品目別工賃（一枚あたり、形態別平均）

金額の単位：1000ドン

		布帛長袖シャツ	布帛パンツ(ツイル)	Tシャツ	平均縫製工賃
下請企業	縫製工賃	2,167	2,083	1,150	1,919
	生産比率(枚数ベース)	42.9%	35.7%	21.4%	-
元方企業	縫製工賃	3,075	3,198	1,483	2,837
	生産比率(枚数ベース)	44.3%	37.9%	17.9%	-
工賃比率	÷	1.42	1.53	1.29	1.48

(出所) 2002年9月～10月および2003年6月～8月の現地調査より。

表15 国内企業の経営分析（形態別平均，月あたり）

金額の単位：1000ドン

	下請企業		元方企業	
	実数	推計値	実数	推計値
売上高	9,060	13,395	367,923	367,823
製品製造原価	6,773	9,026	345,001	351,740
() 材料費				
生地代	0	0	276,800	276,800
付属品代	57	57	12,500	12,500
() 労務費				
賃金	4,623	6,834	32,932	53,632
() 経費				
自社工場減価償却分・工場家賃	1,212	1,212	2,218	2,218
機械設備減価償却分	554	554	3,312	3,312
外注経費	0	0	14,001	0
機械設備購入資金利子	0	40	0	0
その他経費	329	329	3,238	3,278
利潤（粗利益）	2,287	4,369	22,922	16,183
一人当たり利潤	296	566	761	537
利潤率（粗利益／運転資本，％）	-	-	7.11％	4.72％
(サンプル数)	(7)	(7)	(8)	(8)

(出所) 2002年9月～10月および2003年6月～9月の現地調査より。

をベースに加重平均することで製造原価（下請企業の場合は売上高）を調整するという方法をとる。

布帛長袖シャツ以外の主要生産品目として、その工賃データが入手できた布帛パンツとTシャツを比較対象として分析に加えた^(注29)。表14はその元方企業と下請企業の品目別縫製工賃の比較である。布帛長袖シャツと同様、他品目においても下請企業と元方企業間の縫製工賃格差が明らかである点が確認できる^(注30)。次に、それぞれの生産品目の全生産量に占める枚数比率を用いて企業形態別の「平均縫製工賃」を加重平均により算出し、それをもとに下請企業と元方企業の「平均縫製工賃」の工賃比率を計算した。その結果、元方企業の平均縫製工賃は下請企業の1.48倍となった。この縫製工賃比率を

用い、元方企業の外注経費と自社の賃金部分を調整する。

ただし、下請企業の起業や操業支援として元方企業が機械設備購入資金を融資することも一般的であり、このコストも当推計に明示的に算入しておこう。下請企業が一度に受ける融資は、通常ミシン1～2台分程度である。企業調査から得た情報をもとに、その返済期間を2年とし、融資額を中古本縫ミシン2台分として試算した場合、元方企業の実質的な利子負担は1月あたり40.3千ドンに相当する^(注31)。同様に、下請企業は元方企業から操業に必要な機械貸与を受けていることが多い。輸出企業が機械貸与を海外バイヤーから受けた場合、そのリース料を縫製工賃と相殺されることが一般的であるが、国内企業の外注・下請生産関係においては、そのよ

うな機会費用を元方企業が明示的に徴収せずに自社で負担していることが一般的である。本項の経営分析では、元方企業の貸与機械の実質的な機会費用負担部分を、その減価償却費として算入することで調整した。

以上の点を踏まえ、表12の経営分析結果を再計算した結果が表15である。「実数値」は実際の経営データである表12の経営分析結果、「推計値」が今回の推定結果をそれぞれ表している。推計の結果、まず売上高に対する元方企業の賃金部分は8.95パーセントから14.58パーセントに増加し、製品製造原価も上昇した。次に、その従業員1人当たり利潤は761千ドンから537千ドンへ、利潤率も7.11パーセントから4.72パーセントに下がった。一方で、下請企業が元方企業と同水準の加工賃で下請受注した場合の利潤推計では、その1人あたり利潤が296千ドンから566千ドンへと増加し、元方企業との利潤格差がほぼ解消される^(注32)。上記の推計は限定的なデータによるものであり、その解釈には注意が必要であることは言うまでもない。しかし、元方企業の利潤要因が下請企業の低加工賃による生産受託にあることは否定できない。

2. 他の利潤要因 アパレル流通における信用供与とリスク負担

下請生産関係における構造的な利潤還元のほか、元方企業の相対的高利潤を説明する要因として、本項ではアパレル取引における売買決済の方法に注目する。輸出企業のアパレル売上における決済は、信用状(Letter of Credit, L/C)による方法が一般的である。L/Cによる決済は、受注企業である縫製企業が、バイヤー企業との生産契約通りにアパレルを生産・出荷すれば、その売れ行きに拘わらず約定通りの売

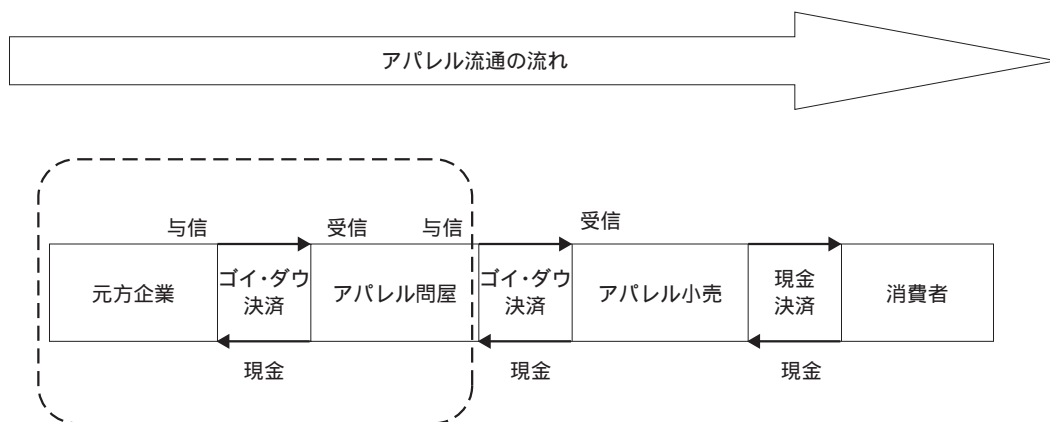
上代金回収を仲介銀行によって保証されるというものである。今回調査した輸出企業6社も売買決済は全てL/Cによるものだった。

一方、国内アパレル流通においては、フォーマルな信用取引制度が未発達であるにもかかわらず、現金決済と掛決済の組み合わせという信用決済が企業間取引では一般的である[McMillan and Woodruff 1999]。このインフォーマルな信用取引は、ホーチミン市を中心としたベトナム南部ではゴイ・ダウ(goi dau)と呼ばれている^(注33)。ゴイ・ダウの決済方法は、代金の一部を商品受渡時に頭金として現金で支払い、残りを掛にするというものである^(注34)。取引金額のうち、頭金として現金決済しなければならない部分と掛決済のできる部分の比率は、基本的には取引企業間の関係と交渉で決まる。ホーチミン市の主要アパレル集散市場の間屋は、経営者を除いた平均従業員数が1.5人以下という極めて零細な民間企業である。これらの間屋も強い資金制約を受けており、元方企業からの信用供与はその活動に不可欠である^(注35)。

ゴイ・ダウによるインフォーマル信用取引は上記のアパレル生産と流通の中では重層的に行われているが、本稿の分析では、元方企業とアパレル問屋の取引に焦点を当てる(図1の点線部分)。

本稿にとってこのゴイ・ダウの議論が重要なのは、元方企業の売掛金回収の可能性が、流通の末端の小売店における現金売上にかなり依存しているためである。この信用取引は、需要変化にまつわる売れ残りリスクを、実質的に元方企業が負うことを示唆していると同時に、流通過程における利潤追求の可能性も孕んでいることを意味している。この検証のため、実際のア

図1 アパレル流通とゴイ・ダウ取引の重層性



(出所) 筆者作成

パレル取引に用いられる信用取引帳簿を元に、ゴイ・ダウによるインフォーマル信用取引が実質的に内包する金利部分の推計を行った^(注36)。

本項の分析では利子を、インフォーマル信用利用の対価としての機会費用と捉える。具体的な機会費用は、全額現金払いによる場合に受けられる割引率(サンプル平均0.895パーセント、標準偏差1.353)を、毎回の取引金額に乗じることで算出し、それをその時点における累積債務残高に対する金利とした^(注37)。取引間隔を基に推計金利を整理した結果、その実質的な平均内包利率は1月あたり3.76パーセントとなった。この数値は2003年4月のベトナム国家銀行の定める基本利率(lai suat co ban)である0.625パーセントを大きく上回っている^(注38)。この相対的な高利子による信用供与は、フォーマルな信用制度が未発達という状況の中で、相対的企業間関係によるインフォーマルなゴイ・ダウ取引によって可能となる。さらに、この3.76パーセントという利率が、元方企業の利潤率にどの程度寄与しているのかという点を、現金による売買単価に上乗せされる機会費用の0.895パ

ーセント(割引率)を調整することで推計してみた^(注39)。その結果、利率調整した場合の元方企業の利潤は現行(表9)よりも平均約2,750千ドン低くなり、利潤率も0.86パーセント低くなることが明らかとなった。

おわりに

ホーチミン市のアパレル産業を考える場合、まず念頭に置かなければならないのが、輸出と国内という対象市場の違いによる産業の二重性である。輸出企業は国内企業と比較して大規模で資本集約度が高く、また生産しているアパレル製品も相対的に高品質である。これらの輸出企業は、外国の商業主体が統括する生産・流通組織に組み込まれた受動的な生産主体である。そのため企画発信や販路確保等の需要変化への対応と、それに伴って発生する在庫リスクを負わず、その全てが海外企業によって担われている。

一方、国内企業は資本集約度が相対的に低く、労働力の熟練度も低位にあり、その雇用関係は

地縁・血縁関係に支配されている。また国内アパレル産業における生産と流通の統括は、米国やイタリアなどにより需要変化対応に比較優位を持つ商業主体によって担われておらず、生産主体が主導している。そのため、アパレルの需要変化から生ずる在庫リスクなども生産主体である元方企業が負っているが、市場情報の生産への効率的なフィードバックといった積極的な情報交流やブランド確立のための戦略的な垂直的取引といった取り組みを見ることはできない。

ベトナムの国内アパレル産業の企業間関係に関しても、それは血縁・地縁による相対的な資本および生産関係を基本としている。このような資本・生産関係において、元方企業は下請企業への設備投資資金のインフォーマルな融資を行う一方で、低加工賃による下請委託という要素費用の引き下げを通じた利潤機会を確保して

いることが、企業の経営分析から明らかとなった。さらに国内アパレル流通において元方企業は、資金制約を強く受けるアパレル問屋に対し、インフォーマルな信用を供与する機能も担っている。

以上のように、ベトナムの国内アパレル産業は、生産主体である元方企業が主導しており、その生産・流通組織における独自の工業制下請生産・流通関係は、フォーマルな金融制度・流通システムの未発達という状況下で形成されたものである。つまり、その生産・流通組織の有様は、その市場環境に起因したベトナム独自のものであるといえる。

補論 ゴイ・ダウ取引におけるインフォーマル信用利率の推計方法

当分析で用いたデータは、主に2003年6月か

表16 O社のゴイ・ダウ帳簿の分析

金額の単位：ドン

帳簿データ							
T	日付	売上	現金入金	売掛部分	累積売掛残	ゴイ・ダウ金利部分	ゴイ・ダウ利率 日数 (月) (* 30)(*)
	17,686,000
0	2002/ 8 / 16	3,890,000	3,000,000	890,000	18,576,000	34,816	7 0.80%
1	2002/ 8 / 23	2,650,000	2,000,000	650,000	19,226,000	23,718	4 0.93%
2	2002/ 8 / 27	5,730,000	4,000,000	1,730,000	20,956,000	51,284	3 2.45%
3	2002/ 8 / 30	4,680,000	2,500,000	1,180,000	23,136,000	41,886	10 0.54%
4	2002/ 9 / 9	5,191,000	5,500,000	- 309,000	22,827,000	46,459	4 1.53%
5	2002/ 9 / 13	2,530,000	5,000,000	- 2,470,000	20,357,000	22,644	4 0.83%
6	2002/ 9 / 17	5,750,000	8,000,000	- 2,250,000	18,107,000	51,463	8 1.07%
7	2002/ 9 / 25	3,120,000	2,000,000	- 1,120,000	19,227,000	27,924	3 1.45%
8	2002/ 9 / 28	2,095,000	1,000,000	1,095,000	20,322,000	18,750

(出所) O社ゴイ・ダウ帳簿(一部抜粋)より。

(注1) の月あたりゴイ・ダウ利率の計算では、1ヵ月を30日とした。

表17 ゴイ・ダウ取引の概要と金利の推計結果

金額：1000ドン

	全平均	標準偏差	最小	最大
取引間隔（日数）	4.17	4.95	1.38	12.38
取引毎の取引高	1,617	985	596	4,244
平均売掛比率（累積，％）	51.47％	21.22％	16.52％	90.90％
平均ゴイ・ダウ利率（月，％）	3.76％	1.53％	2.36％	8.77％

（出所）2003年9～10月および2003年6～9月における現地調査より。

ら9月のホーチミン市における現地調査で入手した18冊のゴイ・ダウ帳簿に基づいている。ゴイ・ダウ取引に含まれる利率の推計では、ゴイ・ダウ信用利用のための対価としての機会費用部分を負担金利と捉える。具体的な機会費用は、アパレルを全て現金仕入した際の「現金価格」と、掛決済した場合の「プレミアム上乘せ価格」の差を、現金取引を行った場合に受けられる割引率を用いて計算する。先に述べた2003年に行ったサンプル調査では、その割引率の平均は0.895パーセントだった^{（注40）}。本項ではこの割引率を用いて、下記の方法で利率の推計を行った。

具体例を示そう。前頁の表16は入手した18冊のゴイ・ダウ帳簿のうちの2冊の一部である。このゴイ・ダウ取引帳簿はO社のものであり（詳細は本文表4，5参照）、表16はその主要売り先の1社であるドンナイ省（Dong Nai）ロンタイン区（Long Thanh）のアパレル問屋とのゴイ・ダウ取引帳簿の一部である。便宜上、表の2002年8月16日における取引を $T=0$ とし、以降の取引を順次 $T=1, 2, \dots$ とする（ $T=8$ ）。

は各期 T における取引額を表し、 C_T はその取引の現金入金部分である。したがって C_T の掛売部分は C_T から C_T を差し引いた差額である。

は累積売掛残額を示している。さらに C_T は T 期の取引で発生した売り上げ（ S_T ）の0.895パ

ーセントに相当する。この金額は、買手が現金による仕入れを行った場合に「値引き」されるはずの機会費用であり、この金額を取引毎に生じたゴイ・ダウ信用に対する金利部分とする。

は T と $T+1$ 期の取引間隔の日数を示している。本項では、 T 期で発生した債務を受信方は $T+1$ 期で返却し、 $T+1$ 期の累積債務残高に対する金利として、 $T+1$ 期の「ゴイ・ダウ金利部分（列①）」を受信企業が負担しているものとする。最後に、列②は、 T 期の取引における1カ月あたりのゴイ・ダウ金利を示している。

本項のゴイ・ダウ金利の推計は、各帳簿の1年分の取引データをもとに先述の方法に基づいて計算した。表17はその推計結果の平均である。まず、取引間隔を見ると、ゴイ・ダウ取引を行う企業は平均4日おきに取引を行っており、その繰返し取引の緊密性を示している。しかしながらひとつの取引先に対する1回の平均取引金額は161万ドンであり、平均的な元方企業の月あたり売上高と比較すれば極めて小さく、ゴイ・ダウ取引の緊密な繰返し取引という特殊性をよく表している。上記推計の結果、平均ゴイ・ダウ取引による信用取引が内包する金利部分は、その平均利率が1カ月あたり3.76パーセントとなった。

(注1) 本稿では国内アパレル市場向けにアパレル製品を生産する企業を「国内企業」、海外市場向けアパレル製品の生産を担う企業を「輸出企業」と呼ぶ。

(注2) バオカップ制度とは、生産・分配・消費という国民経済のすべての局面を国家計画に基づいて実施するための制度であり、1955年以降の南北分断時代から旧ベトナム民主共和国において実施されてきた。アパレル生産に欠かせない生地は、この制度により米とともに最も早く統制下におかれた〔中臣 2002, 53-55〕。

(注3) 2001年8月、ベトナム繊維・縫製組合 (Vietnam Textile and Apparel Association, VITAS) の Nguyen Xuan Hoa 事務副局長へのインタビューより。

(注4) しかしながら、これらの研究では市場の狭隘性の根拠となる統計データが示されておらず、説得的であるとは言えない。

(注5) アルフレッド・チャンドラーは、通信と輸送システムの革新が垂直統合による企業の組織能力の拡大を実現しうるとし、経済・経営学に多大な影響を与えた。この製販統合の議論もその影響を強く受けている〔Abernathy et al. 1999, 22-26〕。

(注6) 本稿では商業主体を、製造業務を専門的に担う生産主体と明確に区別する。それら商業主体は生産主体と消費者との間に介在し、その需給関係を量的・質的に調整するものである。実際に日本を含む多くの国のアパレル産業では生産手段を所有しない企業が、外部生産主体の組織化を通じて縫製活動を主導し、流通を円滑に行う役割を担うことが多い。

(注7) 大手国有企業でも、輸出品と同企画のアパレルを自社小売店経由で国内流通させている場合もあるが、生産比率から見ても小さく、価格も相対的に高い。

(注8) ただし、抽出したサンプル企業は当初30社あったが、そのうち9件に関しては、インタビュー拒否(6件)、連絡がつかない(2件)および入手データの不完全性(1件)から本分析にサンプルとして加えることができなかった。

(注9) 現段階で入手可能な統計データからは、国内・輸出アパレル産業を区別することは可能でないた

め、本節の統計データはベトナム国内アパレル産業のみを指すものではない。

(注10) 1996年から2003年の間の年平均実質成長率が20.0パーセントであるのに対し、同期間中の製造業全体の年平均実質成長率は14.4パーセントだった。

(注11) ホーチミン市全体の工業生産高に占めるアパレル産業生産高の構成比を、全国の構成比で除したものである。特化係数が1以上であり、さらに係数が大きいほどその産業集積による特化度が高いことになる。

(注12) 元方企業が企画決定をし、自己資金で資材購入を行うことでアパレル生産に能動的に関わっているのに対し、下請企業は元方企業から資材供与を受け、市場リスクにも関与しない受動的な生産主体である。

(注13) 2001年8月、Nguyen Xuan Hoa VITAS 事務副局長、同9月ホーチミン市縫製・繊維・刺繍・編み物組合 (AGTEK)、および2003年8月、ホーチミン市税務局タンビン区支局 Phan Van Sang 支局長への聞き取り調査より。

(注14) 本稿は2000年に施行された企業法 (luat doanh nghiep 13/1999/QH 10) による企業分類における cong ty trach nhiem huu han を「有限責任会社」、doanh nghiep tu nhan を「私営企業」とした。ベトナムの民間部門を含む企業法には、2000年の企業法が反映されていないため少し古くなるが、渡辺英緒「ベトナムの経済セクター別各企業法に関する考察」が詳しい(白石・竹内 1999 所収)。

(注15) 2002年9月のT社副社長H氏へのインタビューによれば、縫製直接工員の採用において特に重視している点として、職歴と学歴を挙げていた。T社では縫製直接工員の採用に際し、縫製ラインにおいて実技試験を行い、その縫製能力を見極めた上で従業員の採用と給与を決定している。

(注16) 下請企業および元方企業の平均工場面積がそれぞれ58平米と206平米であるのに対し、輸出企業は2075平米だった。

(注17) 2001年・2002年の輸出向け国有縫製企業調査および2003年のP, S, T, U社へのインタビューより。

(注18) 不完全情報を前提とした場合、地縁や血縁関係を含む社会的ネットワークが、取引相手の信用度

等に関する情報収集を含む取引費用を低減し、より効率的な企業間取引関係が実現することが認められている [Barr 1998 ; Fafchamps and Minten 2002]。

(注19) 中古繊維機械問屋が多いタンビン区ホアン・ヴァン・トゥ通りの問屋 6 社へのインタビュー調査より。

(注20) 銀行からの資金借入れ及び信用による機械設備の購入は、とりわけ輸出企業の企業規模の最も大きな 2 社においてその比率が高く、合計40パーセントを超えていた。

(注21) これらのコピーブランド商品には、他社デザインのコピーとブランド名の無許可使用から、単に織りネームやロゴマークのみを勝手に使用しているものまでを含み、模倣レベルも多様である。

(注22) 以上、2001年～2003年における元方企業各社（本稿が分析対象としている 8 社以外の元方企業含む）への調査より。また、VITAS や VINATEX (Vietnam National Textile Garment Corporation, ベトナム繊維縫製総公司) 系研究機関・職業訓練学校等への訪問調査では、ベトナム縫製産業の問題点としてデザインと企画能力の根本的欠如をあげるものが多く、これらを指摘する文献も多い [Tri 1998 ; Vu 1998 ; Pham 2000]。

(注23) 以上、2001～2003年における複数のアパレル小売市場における現地調査より。

(注24) 外資系繊維機械メーカーのホーチミン支店へのインタビューより。2002年 9 月。

(注25) 下請企業が在庫リスクを持たないことは自明だが、調査した限りでは元方企業もほとんど在庫を抱えていないため、製品製造原価に在庫（棚卸）を入れていない。また、機械設備と工場家屋の減価償却費の計算は、前者に関しては法定償却年数 5～7 年の中間値である 6 年、そして後者には法定償却年数 25～50 年の中間値である 38 年をそれぞれ用い、定額法にて算出した。

(注26) 日本の布帛縫製企業では、同様の長袖シャツ縫製直接工具あたり上がり枚数は1日あたり30枚前後である（2001年 8 月、海外開発協会〔JODC〕縫製専門家の長谷川康雄氏へのインタビューより）。これを基準とした場合、これらの企業の労働力あたりの生

産能力の低さが明らかである。

(注27) 平均年齢格差は10パーセント基準（ $t = 1.71$ ）で統計的に有意。また、平均業務経験年数格差は 3 形態平均との比較において 1 パーセント基準（ $t = 6.78$ ）で有意。

(注28) ただし、下請企業従業員への聞き取り調査では、この賃金水準でも出身地である地方農村の就業機会と比較した場合満足であるとのことだった（本文中の表 6 に含まれる下請企業従業員 6 人に対して行った「現在の会社への就業理由」に関する調査では、「地元で職がない：3 人」、「賃金が良い：3 人」という回答を得た）。

(注29) 布帛半ズボンや長袖カットソー、トレーニングウェアの生産を行っていた縫製企業もあったが、その生産量は非常に少なく、企業間比較が不可能だったため本節の計算では除外した。

(注30) t 検定の検定値は、いずれの生産品目に関しても 5 パーセント基準で統計的に有意だった。なお T シャツの縫製工賃の企業間格差が他品目と比較して小さいのは、縫製工程数が少ないためと思われる。

(注31) 2003年 4 月現在のベトナム国家銀行の定める基本利率 0.625 パーセントをベースに、本縫いミシン 2 台（1 台あたり 300 万ドン）の 2 年間の無償貸与時の利子負担を複利計算により算出した。また、借入資金は 2 年後に一括返済するという仮定のもとで計算を行った。

(注32) 下請企業の加工賃収入の増加は従業員賃金の増加につながると考えられるが、現時点ではその賃金増加部分の推計に必要な情報がないため、シミュレーションでは下請企業の賃金を調整していない。そのため上記推計は下請企業の利潤を過大に反映している可能性を否定できない。

(注33) 本節では、ベトナム政府や中央銀行（ベトナム国家銀行）の規制を受ける信用取引制度をフォーマルな信用取引制度とし、その規制を受けない信用取引すべてをインフォーマル信用ととらえる。

(注34) ゴイ・ダウに関する経済学的研究にはまだ見るべきものがないが、これに関して人類学的な観点から Leshkovich (2000) が若干の言及をしている。

(注35) 2003年に行ったサンプル調査（サンプル数

150) から、これらの問屋の1度の仕入れにおける平均買掛比率は53.1パーセントとなった。また、全ての仕入れを現金で行っているのは調査した問屋中4社のみで、逆に全てを掛買している問屋が29社もあり、ゴイ・ダウ取引の重要性をよく表している。

(注36) 推計には、冒頭で述べた2002年および2003年においてホーチミン市のタンビン市場とビンタイ市場のアパレル問屋150社を対象にしたサンプル・サーベイに加え、元方企業およびアパレル問屋から入手した18冊のゴイ・ダウ帳簿の取引データを利用した。

(注37) 具体的な計算方法は補論参照。

(注38) VDC Business Newsletter, 2003年4月4日号。

(注39) 仮に、与信方である元方企業が銀行貸出月利である0.625パーセントによって信用供与していれば、その利潤率はどのくらいだったであろうか。まず、ゴイ・ダウ金利部分として売上単価に上乘せされる比率0.895パーセントを、制度金融利子部分である売上単価上乘せ比率0.149パーセントで置き換えることで計算した(この制度金融利子部分の売上単価上乘せ比率は、ゴイ・ダウ金利〔3.76〕と制度金融の貸出金利〔0.625〕の比率を用い、 $0.895 \times 0.625 \div 3.76 = 0.149$ パーセントと算出した)。次に、ゴイ・ダウ信用利子部分を売上金額から差し引き、すべて現金決済した場合の元方企業の売上高を算出($367,923 \times (1 - 0.00895) = 364,630$)。最後に、この金額に制度金融利子部分に相当する価格増加分($364,630 \times (1 + 0.00149) = 365,172$)を追加し、この売上高を用いて利潤計算を修正することで本文の数字を得た。

(注40) 有効標本数149, 標準偏差1.353, 最小0パーセント, 最大5パーセント。

文献リスト

<日本語文献>

- 石川滋 1995. 「アジア型の移行経済 ベトナムで観る」『開発援助研究』2 : 2-5 .
- 岡本義行 1994. 『イタリアの中小企業戦略』三田出版会 .
- 小川秀樹 1998. 『イタリアの中小企業 創造と多様性のネットワーク』日本貿易振興会 .
- 木村哲三郎 1987. 『ベトナムの国際関係と経済発展』研

究双書359 アジア経済研究所 .

国民金融公庫調査部編 1985. 『日本のアパレル産業 (上)・(下)』中小企業リサーチセンター .

後藤健太 2003. 「繊維・縫製産業 流通未発達の検証」大野健一・川端望編 『ベトナムの工業化戦略 グローバル化時代の途上国産業支援』日本評論社 125-172.

白石昌也・竹内郁雄編 1999. 『ベトナムのドイモイの展開』研究双書494 アジア経済研究所 .

竹内郁雄 1996. 「社会主義ベトナムのシステム転換」『上級機関と企業との間の支配従属関係』問題を中心に 竹内郁雄・村野勉編 『ベトナムの市場経済化と経済開発』研究双書462 アジア経済研究所 15-46 .

通商産業省生活産業局編 1999. 『繊維ビジョン』通商産業調査会 .

トラン・ヴァン・トゥ 1999. 「ベトナムの経済改革・発展戦略と日本の知的支援」石川滋・原洋之介編 『ヴェトナムの市場経済化支援』東洋経済新報社 373-394 .

中臣久 2002. 『ベトナム経済の基本構造』日本評論社 .

日本貿易振興会 1996. 『ベトナム民営セクターの現状』日本貿易振興会海外経済情報センター .

<英語文献>

- Abernathy, Frederick H. et al. 1999. *A Stitch in Time*. New York: Oxford University Press.
- Bai, Chong-En et al. 2003. "Local Protectionism and Regional Specialization: Evidence from China's Industries." *William Davidson Working Paper No. 565*. University of Michigan Business School.
- Barr, Abigail 1998. "Enterprise Performance and the Functional Diversity of Social Capital" mimeo. Center for the Study of African Economies, Oxford University.
- Fafchamps, Marcel and Bart Minten 2002. "Returns to Social Capital Among Traders." *Oxford Economic Papers* 54: 173-206.
- Fisher, Marshall et al. 1994. "Making Supply Meet Demand in an Uncertain World." *Harvard Business*

- Review* 72 (3): 83-92
- Government of Viet Nam, General Statistical Office. Various years. *Statistical Yearbook*. Statistical Publishing House.
- 2000a. *Dieu Tra muc song dan cu Viet Nam: Viet Nam Living Standard Survey 1997 - 98*. Statistical Publishing House.
- 2000b. *Phan Thich Ket Qua Dieu Tra Cong Nghiep Viet Nam: Nam 1999* [Analysing the Results of the Industrial Survey of Vietnam: in 1999] Statistical Publishing House.
- Hammond, Janice H. 1992. "Coordination as the Basis for Quick Response: A Case for 'Virtual' Integration in Supply Networks." *Harvard Business School Working Paper* 92-007.
- Ho Chi Minh City, Statistical Office. Various years. *Statistical Yearbook Ho Chi Minh City*. Ho Chi Minh City Statistical Office.
- Hoover, E. 1936. "The Measurement of Industrial Localization." *Review of Economics and Statistics* 18: 162-171.
- Leshkowich, Ann Marie 2000. "Tightly Woven Threads: Gender, Kinship, and 'Secret Agency' among Cloth and Clothing Traders in Ho Chi Minh City's Ben Thanh Market." PhD Dissertation (Anthropology) Harvard University.
- McMillan, John and Christopher Woodruff 1999. "Interfirm Relationships and Informal Credit in Vietnam." *The Quarterly Journal of Economics* 114 : 1285-1320.
- Nguyen Dinh Phan 1996. "The Development of Small and Medium Scale Enterprises." *Vietnam's Socio - Economic Development* 8 : 3-12.
- Nguyen Huu Dat 1998. "The Individual and Small Business Sector." *Vietnam's Socio - Economic Development* 15: 18-30.
- Oteifa, Hassan et al. 2000. *Vietnam's Garment Industry: Moving Up the Value Chain*. MPDF (Mekong Project Development Facility) Private Sector Discussion Number 7. Hanoi : Hanoi University of Technology and Vietnam Chamber of Commerce and Industry.
- Piore, Michael J. and Charles F. Sabel 1984. *The Second Industrial Divide*. New York : Basic Books. (マイケル・J.ピオリノチャールズ・F.セーブル 1993.『第二の産業分水嶺』山之内靖・永易浩一・石田あつみ訳 筑摩書房)
- Ronnas, Per and Bhargavi Ramamurthy 2001. *Entrepreneurship in Vietnam: Transformation and Dynamics*. Singapore : Nordic Institute of Asian Studies.
- Social Republic of Vietnam 1999. *Law on Enterprises* No.13/1999/QH 10, June 12.
- Tran Hoang 1998. "Fashion Industry : Paving the Way for Textile and Garment Industry." *Viet Nam Economic Review* 53: 37-40.
- Tri Hung 1998. "Two Essential Stages of Fashion Industry." *Viet Nam Economic Review* 53: 41-44.
- Vu Mai Que 1998. "Vietnam's Fashion on the Road to Integration into the World." *Viet Nam Economic Review* 53: 28-29.
- <ベトナム語文献>
- Lien hiep SX - XNH det Viet Nam • Trung tam Thong tin Khoa hoc va Cong nghe [科学・工業情報局・ベトナム繊維生産・輸出入連合] 1992. *Nganh Det - May Viet Nam - Tiem nang va Co hoi Dau tu* [ベトナムの繊維・縫製産業：その潜在性と投資機会] TP. HCM : Trung tam Thong tin Khoa hoc va Cong nghe.
- Pham, Thi Thu Phuong 2000. *Nhung Giai phap Chiom luoc Nham Nang cao Hieu qua nganh May Viet Nam*. [ベトナム縫製部門の高度化のための諸戦略] TP. HCM : Nha Xuat ban Khoa hoc va Ky thuat.
- Thien, Huy 2001. "Hang hieu Viet Nam Trong Mat Moi Nguoi [ベトナム製ブランド商品，消費者の目に留まる]" *Mot va Cuoc Song*(64) : 8-11.
- Vien Nghen cuu Chien luoc Chinh sach Cong nghiep [工業政策戦略研究院] 2001. *Cong nghiep Det May Thoi trang Viet Nam - Tong quam Tiem nang &*

Trien vong Cong nghiep Det May Viet Nam [ベトナム繊維・縫製・ファッション産業：その潜在能力の総括および将来の展望について] Ha Noi : Nha Xuat ban Thanh nien.

[付記] 本稿は、日本学術振興会・平成14～16年度科学研究費補助金（特別研究員奨励費）に基づく調査研究の成果である。ホーチミン市における現地調査では、ホーチミン市経済大学に大変お世話になった。本稿の作成においては、京都大学東南アジア研究所の水野廣祐および藤田幸一の両先生より貴重なご教示をいただき、また本誌の2名の匿名レフェリーからも細部にわたって多くの適切かつ有益なコメントをいただいた。ここに記して謝意を示したい。なお、本稿にありうべき誤謬は、すべて筆者の責任に帰するものである。

（国際労働機関アジア・太平洋地域総局開発経済専門官，2004年8月19日受付，2005年6月23日レフェリーの審査を経て掲載決定）