

グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会
第1回分野別研究会

各市場プレイヤー間に存在するギャップ から見るベトナム農業機械市場の 現状と課題

2016年6月22日
株式会社 事業革新パートナーズ

➤「JAPAN BRAND」を海外に！！

→農業・農業機械&素形材（金型・鋳造・鍛造等）

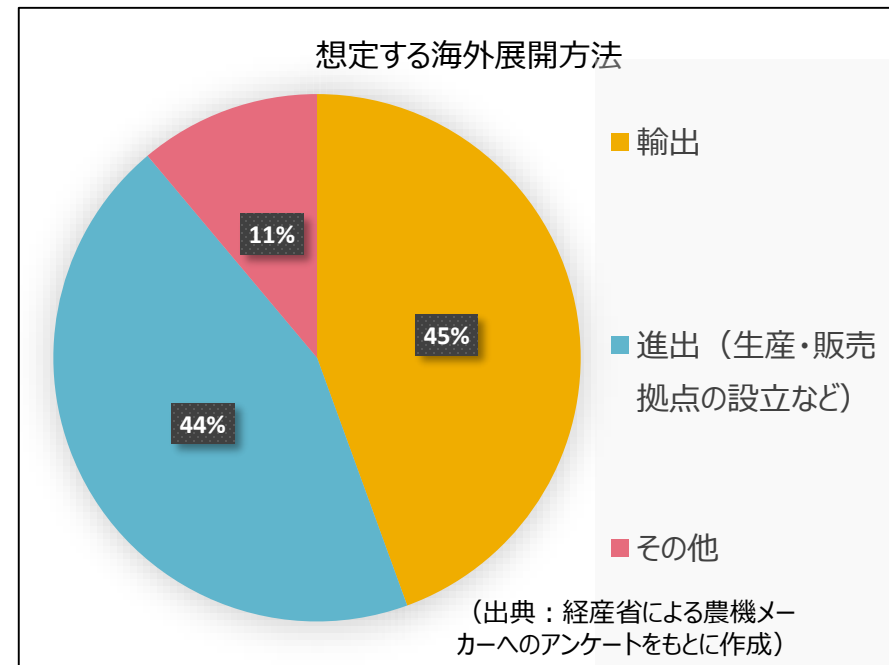
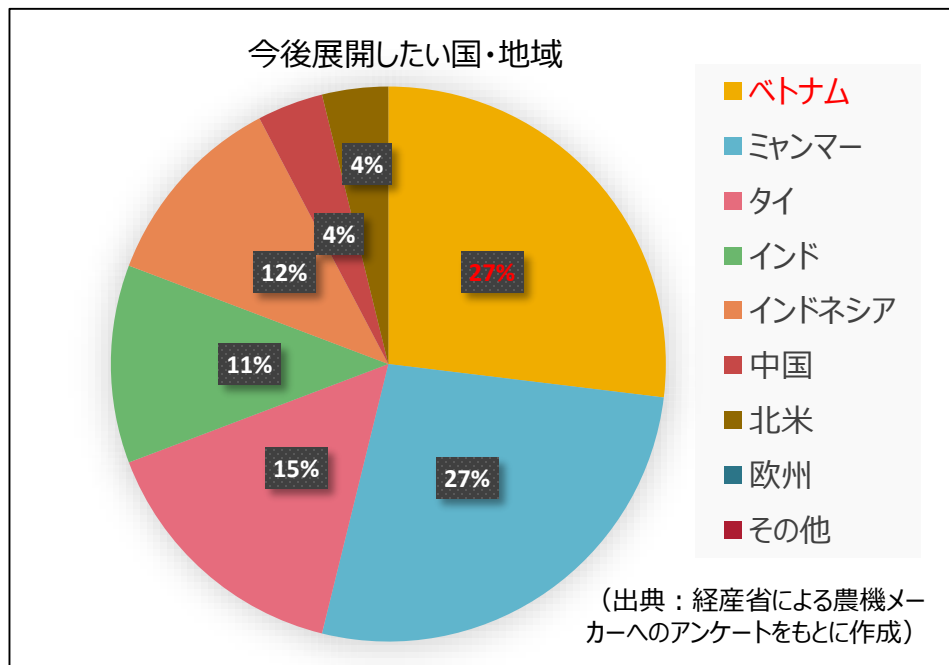
会社概要

- 商号 株式会社 事業革新パートナーズ (Business Innovation Partners Co. Ltd)
- 設立 2009年4月 / 資本金 4,000万円
- 代表者 代表取締役社長 茄子川 仁
- ミッション 世界経営者視点のパートナー (Partner for Global Leaders)
- 事業内容
 - ①海外展開支援 事業（海外調査/ 海外ミッション/ 拠点設立 / 顧客・代理店開拓 / 輸出入 等）
 - ②企業コンサルティング事業（全社組織改革 / 人材育成 / 損益改善プログラム）
 - ③国内・海外 投資事業（プロジェクト投資）
- 社員数 20名（日本オフィス）
- 対応言語 英語、インドネシア語、**ベトナム語**、タイ語、中国語、フランス語、スペイン語、ポルトガル語、ロシア語
- 所在地 東京都 中央区 日本橋2-1-21 第二東洋ビル5F（東京駅 徒歩5分 / 日本橋駅 徒歩1分）
- ご連絡先 TEL: 03-6265-1755 / FAX: 03-6265-1799
HP: <http://www.bipc.co.jp> / E-mail: info@bipc.co.jp
- 海外事務所・メキシコ オフィス（グアナファト州 レオン市）



2. 経済産業省ベトナム農業機械調査背景

➤ 農機メーカーの高い関心に加え、日本の農業機械普及に向けより一層取り組む時が来ている。



【調査背景】

- 農業機械メーカーのベトナム市場への関心の高さ。（上図）
- ベトナム：農業機械が普及し始めると言われる1人あたりのGDPが2000～2500ドルに到達。
- 日越間で農業機械化含めた農業発展の活動の活発化（例：日越農業協力中長期ビジョン）

➤ 調査で得られた課題・方向性からポイントを絞って報告。

【調査内容】

(1) 訪問先

- ・ 政府関係者（農業農村開発省、商工省等）
- ・ 専門研究機関（稲研究所、農業ハイテクパーク）
- ・ 農機メーカー（日系、非日系）
- ・ 農機代理店
- ・ 農業関係者（個人農家、農協、精米乾燥所等）
- ・ 農業関連展示会

(2) 調査項目

- ・ ベトナムにおける農業環境
- ・ 政府による農業支援策
- ・ 農業機械に関するアンケート調査
- ・ ベトナムの日系・現地農業機械メーカー
- ・ ベトナム農家の実態
- ・ 参考資料（農業関連展示会概要）

【調査で得られた課題・方向性】

(1) 農業機械の低コスト化

- ①精度や耐久性を維持した低コスト化
- ②国内外の部品・型式共通化

(2) 金融インフラの整備

- ①ベトナム政府に対する日本式農業金融の提言
- ②日系リース企業の現地活動の支援

(3) マーケティングの強化

- ①農協・コントラクターの育成
- ②販売方法の現地化
- ③現地カスタマイズの強化

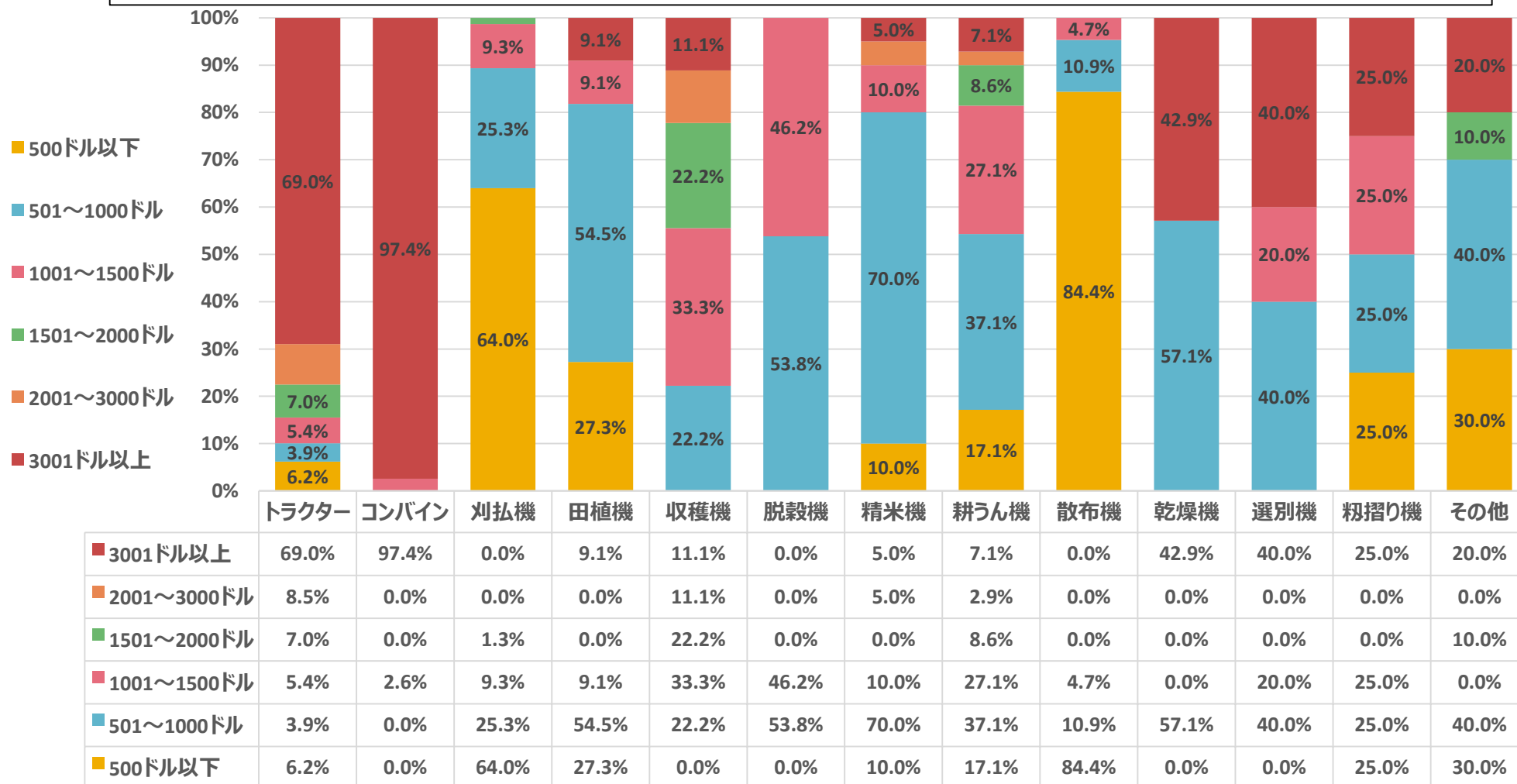
この調査報告書にご関心がございましたら、以下のリンクよりダウンロードができますので、ご一読下さい。

<http://bipc.co.jp/case/6468.html>

4. ベトナムにおける農業機械の販売価格帯

➤ 日本での販売価格帯とベトナムでの販売価格帯に大きな差が存在。

農業機械売手（主に代理店）が扱う各農業機械（中古を含む）の販売価格帯 （出典：弊社実施のアンケート結果より抜粋）



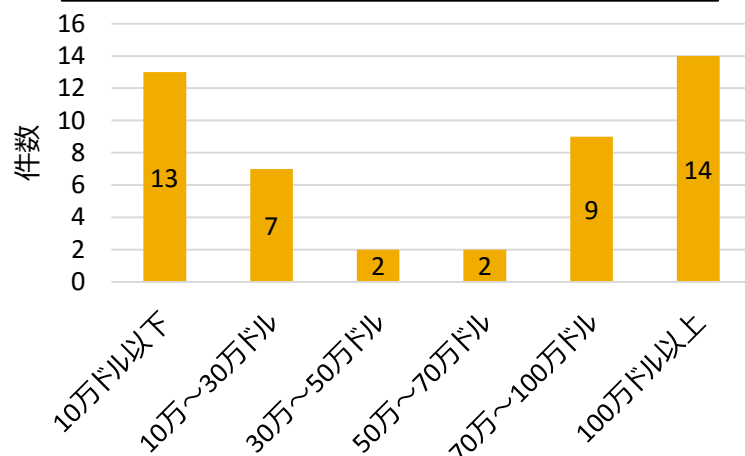
- 機械毎で価格帯に差。高額な機械もあれば、安価な機械も存在。
- （日本での販売価格）田植機：数十万円～数百万円、選別機：数百万円以上。

5. ベトナムにおける農業機械買手の経済力とニーズ

➤ 日本が売りたい農業機械とベトナムの買手の経済力の間に大きなギャップが存在。

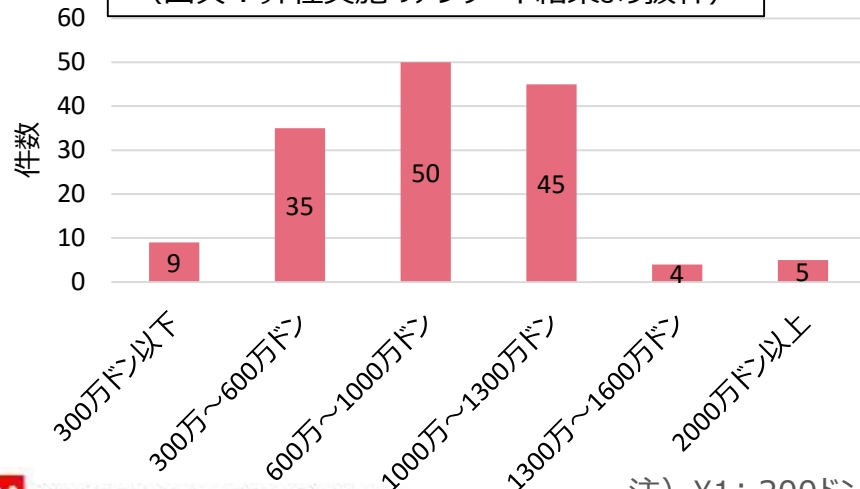
農業法人の年間売上

(出典：弊社実施のアンケート結果より抜粋)



個人農家の月収

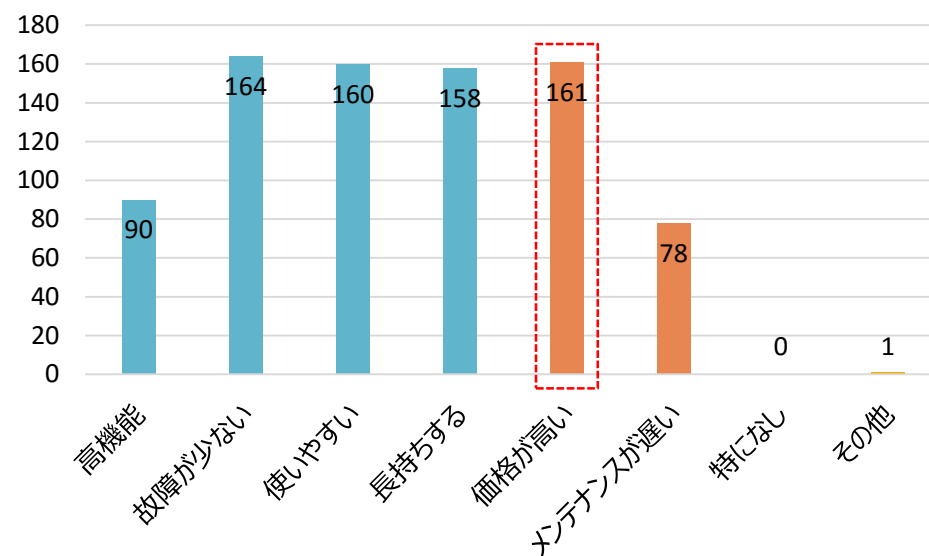
(出典：弊社実施のアンケート結果より抜粋)



注) ¥1≒200ドン

農業機械買手（農業法人）の日本の農業機械に対する評価

(出典：弊社実施のアンケート結果より抜粋)



- 農業法人の年間売上は二極化。
- 個人農家の月間所得は、平均600～1000万ドン。
(約3万円～5万円)
- 日本製の農業機械は、「故障が少なく、長持ちする」点は評価も、「価格が高く、メンテナンスが遅い」点は課題。

6. ベトナムにおける農業機械メーカーの実態

- 農業機械の販路拡大にあたり、農業機械の売手と買手の間にある経済的なギャップを埋める工夫が必要。

【工場】



【盛土機（農家での使用現場）】



ラムドン省農機メーカー A社

【選別機】



【種植機（農家での使用現場）】



- 取扱い製品：種植機、盛土機、選別機等多数
- 会社規模：10名程度、年間売上は20万ドル程度（年により異なる）
- 販売：選別機5500ドル（野菜の選別、1日22トンの選別）
- 特徴①：購入後、1年間はメンテナンスを無償で行う契約がある。
- 特徴②：農家が裕福ではないので、資金回収時期を、農家の収入が大きくなる収穫期にずらすなどの工夫をしている。
(例：販売5月→資金回収9月)

- 農業機械化に向け、高い目標を設定しているものの、政府の支援策が十分講じられていない。
- 日本政府からの働きかけにより、購入を促進することも必要。

(例：機械PR、制度改善)

農業機械購入のための政府支援策

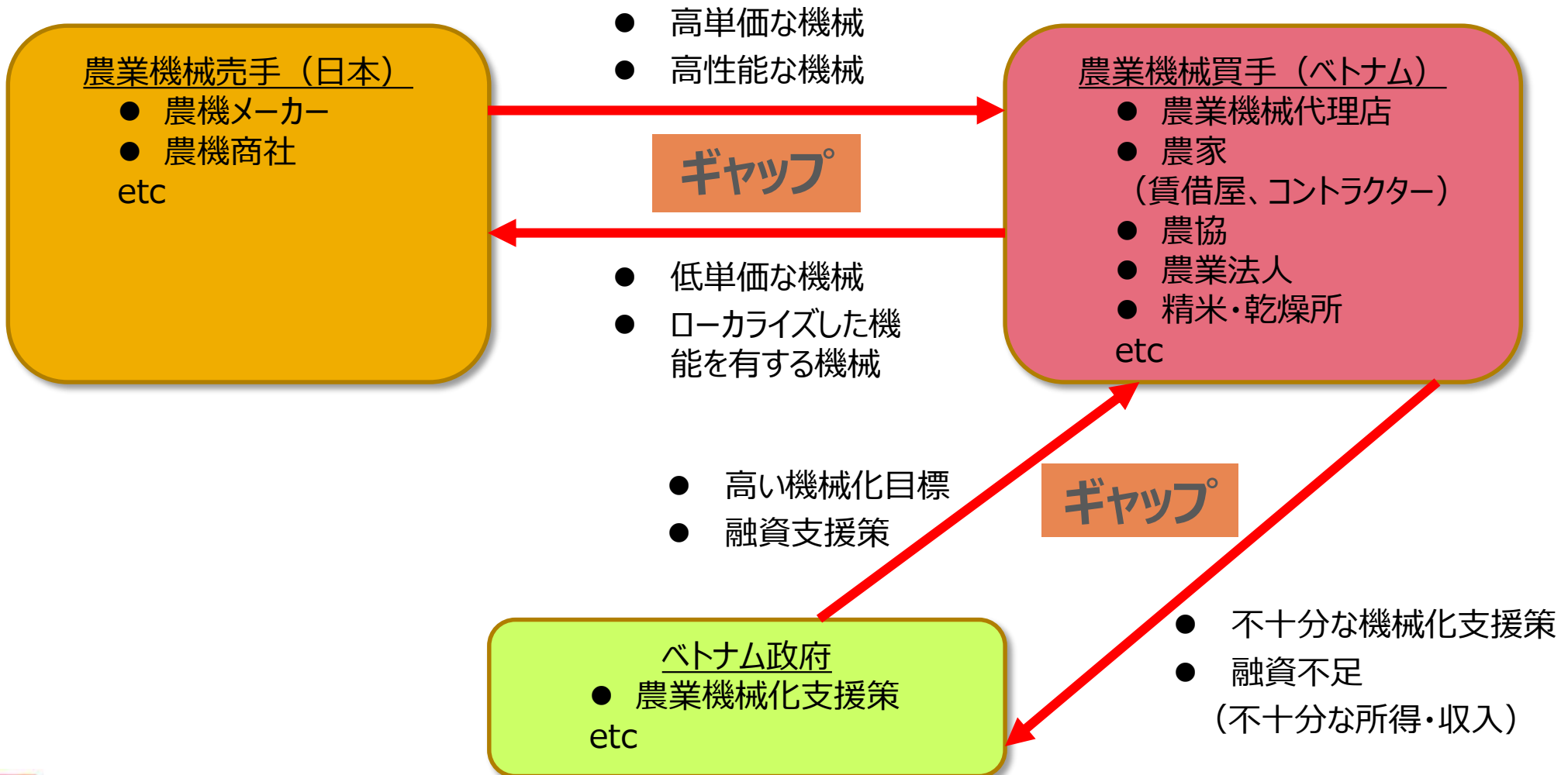
- 農業生産改善に着目し、2009年から収穫後の損失を減らすために、農業全体の支援政策を実施
 - 首相決定No.63/2010, 同No.65/2011, 同No.68/2013
 - 融資に要する金利の免除等 (※最初の2年間は全額、3年目からは50%分を補償)
- 地方政府独自の補助金政策：ハナム省、ハノイ、タイビン省等

支援策の問題点

- 支援制度の情報が農家まで伝わっていない。
- 支援制度の申請が煩雑で使用できていない。
 - ・ 担保の問題
 - ・ 国内調達率限定等

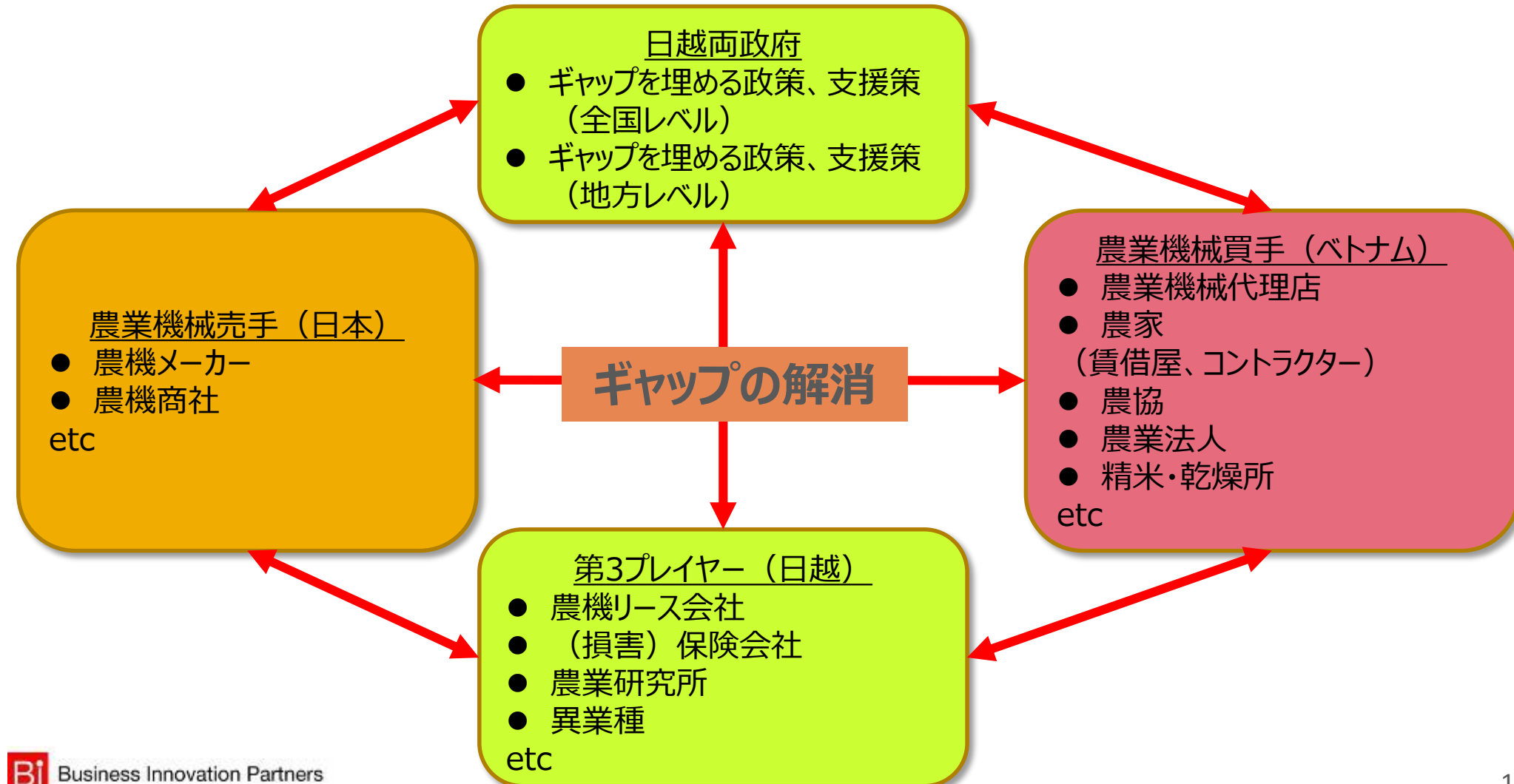
8. 農業機械売手と買手の間にあるギャップ

- 各プレイヤー間（農機買手・売手間、農機買手・ベトナム政府間）で
お互いが求める要件が一致せず、各プレイヤー間で『ギャップ』が存在。



9. ギャップを埋めるための課題・方策

- ギャップを埋めるために、「農業機械売手」と「農業機械買手」だけでなく、日越の両政府、売手・買手以外の第3のプレイヤーを絡めた展開も必要。
- ベトナムの地方政府との連携も必要。



ご不明点・ご要望等ございましたら、
ご連絡下さい。

TEL: 03-6265-1755

E-mail: info@bipc.co.jp

担当：野口、アイン

本報告を通じて、みなさまの海外展開
のお役に立てますと幸いです。