

ベトナムにおけるオフショアビジネスの事例と 日本語ビジネス人材の育成 Offshore business in Vietnam

伊藤 征一¹
Seiichi Itoh

I. はじめに

わが国の対外ビジネスにおいて、近年、東南アジアやインドの重要性が高まっている。また、その対外ビジネスの形態として、サービス貿易の一種である「オフショアビジネス」が注目されている。

オフショアビジネスとは、人件費の削減などを目的として、ソフトウェア開発などの IT 関連業務や、データ入力、コールセンター、経理等各種事務処理などの間接業務を、中国やベトナム、インドなどの海外の企業にアウトソーシングするビジネスのことを言う。なお、IT 関連業務のアウトソーシングは **ITO** (Information Technology Outsourcing)、間接業務のアウトソーシングは **BPO** (Business Process Outsourcing) と呼ばれている。

アウトソーシング先としては、これまでは中国企業がほとんどであったが、中国の人件費の高騰や政治リスクなどを考慮して、近年は、インド、ベトナム、フィリピンなどのアジア諸国に広がりつつある。

外国企業が日本企業との間でオフショアビジネスを行う際、発注国の言語である日本語を使うことが要請される。そのため、オフショアビジネスの要員は、業務に必要なビジネスの知識や情報の技術に加えて、日本語の能力が必要になる。以下、これらの能力を持った外国人材を「日本語ビジネス人材」と呼ぶ。このような日本語ビジネス人材を大量に必要とするオフショアビジネスは、日本語の普及に大きな役割を果たすことになる。

以上の認識の下で、今回はベトナムに焦点を当て、同国の代表的なオフショアビジネス会社である **FPT** ソフトウェア株式会社（以下、**FPT** ソフトウェア社と呼ぶ）を訪問して、同社のオフショアビジネスの現状について説明を受けた。また、日本語のできるソフトウェア技術者の育成を行っている **FPT** 大学を訪問して話を聞いた。

次に、日本語ビジネス人材の育成に資するため、ハノイ市の大学で日本語による講演を行った。さらに、この講演の受講者を対象として、facebook 上で日本語による遠隔授業などの活動を行った。

本稿では、上記の調査結果や活動の概要を記すとともに、オフショアビジネスの東南アジア等への展開や、それがもたらす日本語の普及と「日本語ビジネス圏」の形成について考察する。

¹ 元星城大学教授

Ⅱ. ベトナムにおけるオフショアビジネスの事例

ベトナムの情報通信関連の企業としては、FPT コーポレーション傘下の企業グループ（以下 FPT グループと呼ぶ）が重要である。今回は、このグループの中でオフショアビジネスを行っている FPT ソフトウェア社を訪問して、ITO および BPO の実情について、それぞれの担当部門で話を聞いた。以下に、その概要を記す。

（１）FPT グループの概要

FPT グループはベトナム最大の情報通信関連企業グループであり、2012 年の総従業員数は約 1 万 4 千人、総売上高は約 800 億円である。このグループを統括する FPT コーポレーションは、ドイモイ政策が提唱されてから 2 年後の 1988 年に設立された。FPT グループに属する会社は（図表 1）のとおりである。

（図表 1）FPT グループ（FPT コーポレーションの子会社グループ）

会社名	業務内容
FPT テレコム	インターネットプロバイダー
FPT インフォメーションシステム	国内向け情報サービス
FPT ソフトウェア	海外及び外資系企業向けソフトウェア開発
FPT トレーディング	ICT 製品の輸入販売
FPT 大学	日本語のできるソフトウェア技術者の育成
FPT サービス	アフターサービス
FPT インベストメント	投資活動
FPT オンライン	通信販売
FPT 小売	代理店での小売

（FPT コーポレーションのパンフレット等から作成）

FPT グループの事業分野は年とともに変わってきた。当初、FPT の F は Food、P は Processing、T は Technology の意味であった。その後、この F が Finance に代わり、現在では特定の意味はなくなっている。なお Finance の分野では、ベトナムにおける投資ファンドの設立・運営事業で、日本の SBI ホールディングス株式会社がパートナーとなっている。

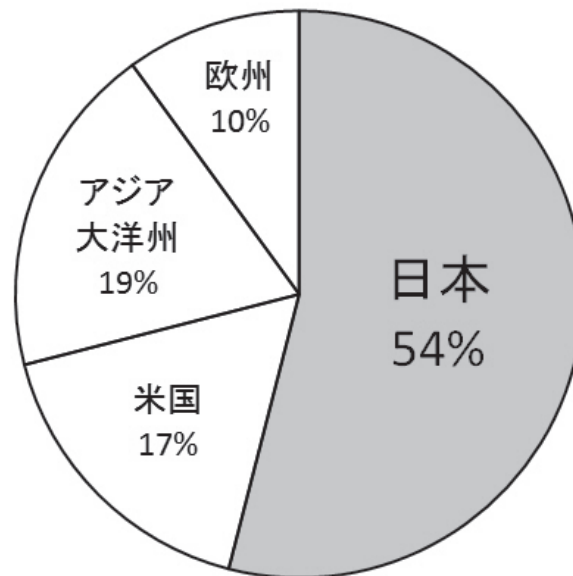
（２）FPT ソフトウェア社の概要

① ソフトウェア開発のアウトソーシング（ITO）

FPT ソフトウェア社は、1999 年に設立され、2000 年から国外向けアウトソーシングサービスを開始した。

2012 年のソフトウェア開発の売上高は約 80 億円で、その約半分を日本向けが占めている。なお、2011 年の市場別売上高は（図表 2）のとおりである。これをみると、日本向けのシェアは 54%となっているが、今後も日本向けのシェアを半分以上に維持していく方針である。

(図表 2) 市場別売上高 (2011 年)



(FPT ソフトウェア社のパンフレットから作成)

また、2012 年の従業員のうち約 2,000 人が日本向けの業務を行い、約 1,800 人が日本向け以外の業務を行っている。なおソフトウェア開発のトータルコストは中国の 7 割程度である。

従業員のうち開発要員は約 7 割である。それ以外の要員のうち、半分がコミュニケーターと呼ばれる通訳である。これらの通訳の出身校としては、貿易大学、外国語大学、師範大学などがある。従業員の女性比率は 3 割程度である。ちなみに、今回の出張でご協力いただいた FPT ソフトウェア社の関係者 3 名は貿易大学出身の女性であった。また、平均年齢は 27 歳、離職率は 1 割程度である。

なお、日本の拠点である FPT ジャパンの従業員数は約 120 人であるが、そのうち日本人は数人しかいない。

② ビジネス・プロセスアウト・ソーシング (BPO)

BPO 業務は 2010 年に始まった。これまでは ITO の既存顧客から BPO のパイロット業務を請け負ってきたが、2013 年 3 月からは正式に業務を行うことになっている。今後、「他の企業を助けてでもベトナムの BPO を発展させる」という強い意志で事業展開を行っていく。

相手国としては、まず日本から始めて、アメリカ、ヨーロッパに展開していく予定である。また、BPO の業務内容としては、最初にデータ入力を行い、順次小切手処理などを行っていく。

BPO 業務の要員としては、データ入力などの作業者は高校卒業レベル、プロジェクトマネジャーは日本語のできる大卒者をトレーニングして充てている。

事務所はハノイ市とホーチミン市にあり、2012 年現在の社員数は 100 人である。将来はハノイとホーチミンの事務所を合わせて 1,000 人体制にする計画である。

Ⅲ. ベトナムにおける日本語ビジネス人材育成活動の事例

上記のようなオフショアビジネスを行うためには、業務に必要なビジネスの知識や情報の技術に加え、日本語の能力を有する人材（日本語ビジネス人材）が必要になる。そこで今回は、日本語のできるソフトウェア技術者の育成を行っている FPT 大学の日本語教育の担当部門を訪問して話を聞いた。

また、日本語ビジネス人材の育成に資するため、ハノイの貿易大学と人文社会科学大学で、日本語による講演を行った。さらに、この講演の受講者を対象として、facebook 上で日本語による遠隔授業などの活動を行った。今後、その活動の場を「ネットコミュニティ」と呼び、その中で、遠隔授業以外にも各種の活動を行っていく。

以下に、1) FPT 大学における日本語ビジネス人材の育成、2) 貿易大学と人文社会科学大学における日本語による講演、3) 日本とベトナムの大学生の交流のためのネットコミュニティについて記す。

(1) FPT 大学における日本語ビジネス人材の育成

FPT 大学は、日本語のできるソフトウェア技術者を育成するため、FPT コーポレーションが 2006 年に設立し、2007 年 1 月に開校した大学であり、現在、ハノイ市、ホーチミン市、ダナン市にキャンパスを有している。

卒業生を出すようになって 2 年目になるが、これまでの卒業生の累計は約 500 人で、そのうち 6 割以上が FPT ソフトウェア社に入社している。

学生は 2 年間の基礎学習の後、FPT ソフトウェア社で 4～8 か月の OJT の訓練を受ける。この OJT を受講した学生は、給料を支給されることもあり、また、卒業前に雇用されることもある。OJT を終えた後は、自分の専門の勉強を行うことになっている。

語学は必修で、基礎学習期間の 2 年間に英語と日本語を学ぶ。最初に英語を学び、一定のレベルをクリアした後に日本語を学ぶ。日本語は 90 分授業を週 5 回受講するが、この日本語が一定のレベル（日本語能力試験の N4 レベル）に達しないと、OJT に進めないことになっている。

(2) 貿易大学と人文社会科学大学における日本語による講演

日本語ビジネス人材の育成に資するため、筆者等は、2011 年に引き続き 2012 年も、ハノイの貿易大学と人文社会科学大学を訪問して、日本語による講演を行った。

2012 年は、筆者および早稲田大学、明治大学の教員計 4 名が講演を行った。内容は日本経済、金融、IT、社会学に関するものである。この分野の講演を日本語で理解させるのは難しそうに見えるが、以下のような工夫を施すことで、学生の理解を得ることができたと考えている。

- ・細かい知識を教えるのではなく、本質論を展開した
- ・講演の途中で、日本留学経験者やベトナム側の教員が要約を行う時間を設けた

なお、筆者は、「日本・ベトナム間のオフショアビジネスおよびベトナムの大学生との交流のためのネットコミュニティ」と題する講演を行ったが、この講演の中でネットコミュニティのメンバーの募集を行った。講演で顔を合わせた受講生がネットコミュニティのメンバーとなることは、特に外国人とのネットコミュニティの運営においては、大きな効果があると考えている。

(3) 日本とベトナムの大学生の交流のためのネットコミュニティ

2011年の秋から、facebookのグループ機能を使って、貿易大学と人文社会科学大学の学生に対して、日本語による遠隔授業などの活動を行ってきた（伊藤、[1]）。その活動の場であるネットコミュニティでの活動内容及び活動計画は以下のとおりである（図表3）。

① 遠隔授業

- ・第1期（2011年秋―2012年冬） 「オフショアビジネスについて」
- ・第2期（2012年春―2013年冬） 「経済データの見方」
- ・第3期（2013年冬―現在） 「ベトナムにおけるオフショアビジネス」

② コミュニケーション活動

これまで、「日本語の使い方」に関する質疑応答など、学生と教員とのコミュニケーション活動を行ってきたが、今後はその他のテーマ、例えば、「日本とベトナムの交流の歴史」なども取り上げていく。

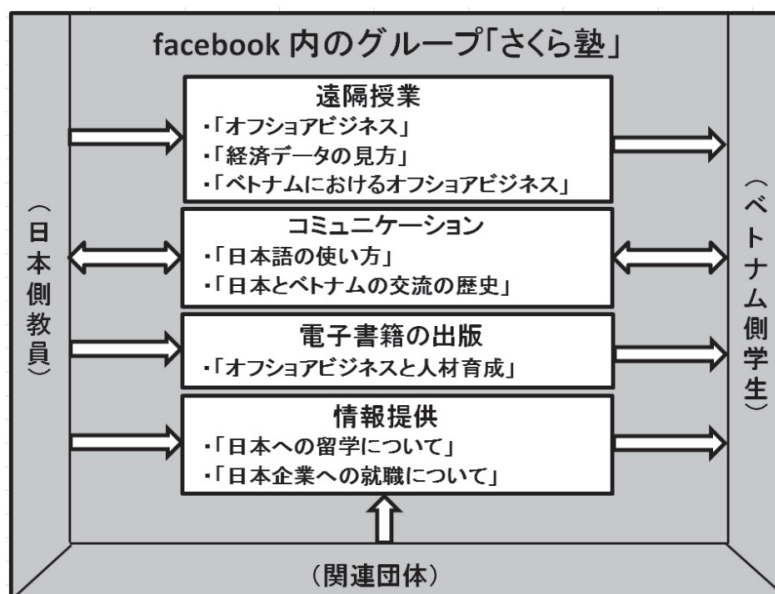
③ 電子書籍の出版

オフショアビジネスの調査や遠隔授業など、これまでの活動の成果を取りまとめて、アマゾンで電子書籍を出版する。その他、ネットコミュニティでの情報提供に資する情報を随時電子書籍として出版していく。

④ 情報提供

「日本への留学について」、「日本企業への就職について」などの情報提供を関連団体との提携も検討しながら進めていく。

（図表3）ネットコミュニティ「さくら塾」の概念図



今後は、ネットコミュニティの活動内容を拡充するとともに、メンバーの募集を、これまでの文科系大学（貿易大学と人文社会科学大学）から技術系大学（FPT 大学など）にまで広げていく。

IV. オフショアビジネスの今後の動向

(1) オフショアビジネスの東南アジア等への展開

オフショアビジネスは賃金の差を利用して行われるため、受注先の賃金が高くなれば、賃金の低い国に移行していくと考えられる。しかし、実際は、現にオフショアビジネスを行っている国にそのビジネスが定着し、賃金のさらに低い国で新たにビジネスが生れてくると考えるべきである。オフショアビジネスは、賃金の低い国に「移っていく」のではなく、賃金の低い国に向かって順次「定着して」行くのである。

それを示す事例として、大連のオフショア会社にアウトソーシングされた日本の生命保険会社の業務を取り上げる。それは医師の手書きの診断書をデジタルデータとして入力する仕事である。以下、ITPro のサイトに掲載された川又英紀氏の記事を要約して紹介する。

大連のオフショア会社では、日本から毎朝 600 枚ほど送られてくる診断書の画像データを受け取り、その日のうちに入力して日本に送り返している。この診断書は、医学用語や略語を多く含み、英語やドイツ語が交じる難しいものである。また、医師の字は日本人でもほとんど読めない汚い文字が多いのだが、これを日本の業者よりも高い精度でほぼ完璧に入力している。それを行う社員の努力は大変なもので、診断書によく出てくる単語や、体の名称、傷病名、手術名、さらには英語の略語やカタカナ用語など合計約 7000 語を覚えるため、毎週ミニテストを、また 2 カ月ごとに実力テストを行っている。その結果、誤入力率は文字ベースで 0.0094% となり、どうしても読めない「不読文字」は月間 10 字程度にとどまっている（川又[2]）。

このような根気と努力のいる仕事をやろうという若者は、最近の日本にはあまりいない。そのため、たとえ人件費が日本と同じになっても、このように訓練された人材を持つオフショア会社は十分な競争力を持つ。

また、同社では、人件費が上がってもサービスの売価は変えずにやってきたという。サービスの開始時には、初期費用や試行錯誤の無駄な費用が発生するため、人件費は安くても全体としての効率は低い。その後サービスの定着につれて、効率の向上によりコストが下がるため、人件費が高くなってもサービスの売価を上げないで済む。このオフショア会社は、生産性向上で人件費上昇を補うことで、サービス価格の上昇を抑えながら、日本人ではできないような高品質のサービスを提供しているのである。

以上のように、大連でのデータ入力業務は、賃金が増しても他のアジア諸国に逃げていくことはなく、大連に定着し発展していく。その一方で、賃金の低い他のアジア諸国では、新たにデータ入力業務が生まれてくる。このようにして、オフショアビジネスは順次アジア各国に定着していくものと考えられる。

(2) オフショアビジネスによる日本語の普及と「日本語ビジネス圏」の形成

海外に工場を建てれば、その国の雇用を増やすことができる。しかし、その雇用は、日本語を必要としない工場労働者が主な対象であり、日本語ビジネス人材の雇用には結び付かない。

一方、オフショアビジネスの場合は、日本企業と外国企業の社員同士が、日本語を使った協同作業を行わなければならない。そのため、多くの日本語ビジネス人材が必要となり、日本語の普及が促進される。また、日本語教育を行う側からみると、オフショアビジネス

は日本語を学んだ学生の雇用の受け皿になるといえる。海外で日本語を教えている教員は、オフショアビジネスのこのような側面を認識し、この業界と連携していくことを考えるべきである。

以上のような特色を持つオフショアビジネスを振興することにより、アジア各国において日本語が普及し、親密でレベルの高い交流が行われるようになる。これにより、日本語でビジネスができる「日本語ビジネス圏」が形成され、日本とアジア諸国との連携が深まっていくことが期待される。

参考文献・資料

- [1] 伊藤征一(2012)、「オフショアビジネスのための日本語人材の育成—大連市およびハノイ市の学生との遠隔授業の実験—」、星城大学研究紀要第13号」、
<http://www.ne.jp/asahi/itoh/seiichi/paper/kiyou2402.pdf>
- [2] 川又英紀(2011)「「ミミズ文字」の誤入力率が0.0094%/太陽生命保険」、ITPro、
(2011/11/18)、<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20111102/372246/>

付記

オフショアビジネスの調査や、貿易大学と人文社会科学大学での講演の実施にあたっては、両大学で日本語を教えておられる鷹野次長先生および貿易大学の鷹野三奉子先生に多大なご尽力をいただいた。

また、オフショアビジネスの調査では、下記の FPT ソフトウェア社および FPT 大学の関係者の方々にご協力をいただいた。これらの方々に、改めて御礼申しあげる。

(FPT ソフトウェア社)	Nguyen Thi Thu Hang 様、Phan Hoang Son 様、Le Mai Ly 様
(FPT 大学)	Nguyen Cuong 先生
(Ominext 社)	Dang My Hanh 様

