

2018年度「社会課題解決型ルール形成支援プロジェクト」

実施報告書

ベトナム

「理美容開業にあたっての公衆衛生基準制度および
理美容従事者の資格制度導入」

2019年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

貿易制度課

目次

第1章	事業概要	1
1.1	事業目標	
1.2	現地の現状および社会課題について	
1.3	導入を目指すルールについて	
1.4	該当分野・製品・サービスについて	
1.5	想定するビジネスモデルについて	
1.6	自社における本事業の位置づけ	
1.7	ビジネスパートナーについて	
第2章	ルール形成プロセス	7
第3章	2018年度の取り組みについて	9
3.1	スケジュール	
3.2	成果一覧	
3.3	取り組み詳細	
第4章	今後の事業展開と課題	13
4.1	今後の事業展開	
4.2	今後の課題	
第5章	Q&A	14
付属資料		
1.	「〇〇〇」	
2.	「〇〇〇」	

2018年度「社会課題解決型ルール形成支援プロジェクト」実施報告書

ベトナム 理美容開業にあたっての公衆衛生基準制度および 理美容従事者の資格制度導入

報告者：株式会社ラポールヘア・グループ

第1章 事業概要

1.1 事業目標

本事業としての最大の目的は、ベトナムにおける理美容業界の健全な成長である。そのために、ベトナムにおいて必要な理美容に関わる制度・ルール形成をゴールとしている。具体的な制度・ルールとしては、「理美容開業にあたっての講習衛生基準制度」及び「理美容従事者の資格制度」の2つについてベトナムでの制度・ルール形成を目標としている。

なお、制度の導入と合わせて、理美容業界における日本商材のベトナム市場における更なる展開を進める方向性を探ると共に、長期的には人材不足と言われて久しくなっている日本の理美容業界へのベトナムからの人材の流動化についても検討したいと考えている。

1.2 現地の現状および社会課題について

ベトナムは平均年齢が27歳で、人口増加が10%を超えており、理容・美容サービスをもっとも利用されると言われる年齢層（20～44歳）の人口が2010年から2030年にかけて全体の約40%を占めている。また、国民一人当たりのGDPも年間約5%以上の増加を続けており、生活水準の向上とともに、今後、理容・美容産業の市場拡大が期待される。

その一方で、現状では理美容を開業するにあたっての規制や技術、人材育成に関する制度も整っていないのが実情である。そのため、ハサミやカミソリなど刃物を扱うにもかかわらず、技術・衛生の面において規制やルールが存在せず、このままでは今後成長していく理美容市場の健全な市場形成が期待できない状況である。

ベトナムにおける絶対的貧困層の割合は、近年の高度経済成長の中で劇的に減少している¹が、一方で貧困格差は拡大しているのが実情である。こうした社会経済的な貧困状況にある若者の支援をするNGOなど²も存在しているが、貧困下にある人々が貧困から脱却するためには、具体的な職業の技術を身につけると共に、仕事の現場に出て働くためのマインドセットを形成することも重要である。日本の戦後の歴史を見ても、理美容は低所得層

¹ 「統計総局のデータによれば、高度経済成長を背景に3000万人が貧困から脱出し、貧困率は1993年の58.1%から08年には14.5%に低下し、15年は5%以下となった。貧困に関する基準として新たに「多次元貧困指数」を導入した16年は4%まで低下した。」(2017年9月 時事速報
http://jijiweb.jiji.com/info/sample/sample_vietnam.pdf)

² パートナーであるREACHもその一つである。

が手に職をつけ、社会経済的に自立して働くためには重要な役割を担う産業である。理美容産業が社会的な認知を得ると共に、理美容に従事する人間が賃金の確保と産業の成長とともに収入を増やしていくためにも、制度の検討と導入が必要である。

公衆衛生の側面では、人材育成を行う際に技術の知識に加えて薬剤などの知識指導をほとんど行っていないことから、技術者の手荒れだけでなく、顧客の頭皮や髪にも悪影響が生じている。薬剤の知識や、安全な商材を仕入れる流通面においても、今後日本企業が果たせる役割は大きい。また薬剤だけでなく、店舗全体の衛生管理についても、店内で飲食をしたり、使用している器具の消毒などを怠っていたりする店舗が多い。このため、衛生管理の基準についても、制度の検討と導入が求められる。

1.3 導入を目指すルールについて

導入を目指すルールについては、日本に存在している以下の大きく分けて 2 つの制度を考慮しており、この 2 つについて現地の関係者にも必要性の可否等について議論してきた。

- 理美容開業にあたっての公衆衛生基準制度：

日本において、理美容業を開業する場合には、該当する自治体の保健所の検査が事前が必要となっている。検査においては、「理美容所の基準」を満たしていることを事前に確認し、書類として提出し、開業の承認を得る必要がある。また開業後は、「理容所及び美容所における衛生管理要領」に則って営業をすることが求められる。

- 理美容に従事する人の資格（人材育成の仕組み）：

日本においては理容・美容それぞれ別の国家資格が存在している。それぞれの資格を分けていることが現状に合わないという声があることも事実であるため、ベトナムにおいては理容・美容合わせて 1 つの資格制度として、技術面だけでなく公衆衛生面での知識も理解していることを確認するような資格が必要である。

この日本に存在する 2 つの制度を通じて、顧客のことを考え理美容産業の健全な成長を願う理美容業従事者たちの権利を守れるようなことを進めていきたいと考えている。具体的には、こうした基準をつくることによるベトナム理美容産業の底上げを目指すとともに、きちんとした教育を受けた人たちが彼らの収入を正当に確保できるような産業環境をベトナムでつくっていききたいと考えている。

ただし、既存の理美容業を強制的に排除することを目的とはしない。産業全体の底上げを図ることで、顧客にとっても理美容従事者にとっても健全な市場を構築していくことを目指したい。

1.4 該当分野の製品・サービスについて

1.3 に記載したような制度導入を具体的に検討する際に、(株)ラポールヘア・グループとしては、日本の経験・知見を共有すると共に、ベトナムに合った制度設計の支援を進める。こうした制度設計支援の中で、日本の商材（薬剤や機材など）への関心や商材利用における研修の重要性についてもフェーズ 1 の中でヒアリングができたため、制度設計をする中で、認証をとった理美容室や理美容師が分かりやすいビジネス・メリットを享受できるようなことを考えたい。

1.5 想定するビジネスモデルについて

日本のメーカーからの商材輸入および流通、人材育成を行うサプライセンターの設立。設立においては、ベトナム美容協会³メンバーとのジョイントベンチャーを想定している。

1.6 自社における本事業の位置づけ

弊社は、理美容業を通じて世界でもっとも社会的インパクトを生み出すことを目指し、2011年の東日本大震災の後に創業した会社である。この理念のもとで、本事業を次のように位置付けている。

- 自社の社会的な価値の向上

国内だけでなく、海外においても理美容産業における社会的インパクトを生み出すために、純粋にベトナムの理美容産業に貢献したいと考えている。また、こうした制度設計支援を通じて、理美容業に従事することを誇りに思って正当な収入を得ることができる雇用を増やしていきたいと考えている。

- 国内市場に行き詰まる国内理美容業界に対する海外展開支援

市場飽和状態にある日本の理美容業界では、現在も市場規模が縮小しているにもかかわらず、出店数（独立数）は増えている。その中でもアジアをはじめとする海外進出（出店）希望者も急速に増えているが、各国のルールや文化、制度や規制に合わず断念しているケースが多い。

本事業を通じて、ベトナム市場や中長期的には ASEAN 地域の理美容産業におけるルールや文化などを当社が理解することで、海外を目指す理美容業界の仲間の応援をしていきたい。また彼らが海外展開をしていく際に、社会経済的に困難な状況にある人々の訓練や雇用創出を視野に入れた仕組みを構築していきたい。ベトナムでの美容学校の支援をはじめ、日本の美容学校との提携、人材育成交流も今後盛んになることが想定されるため、その架け橋となって行きたいと考えている。

³ 1.7「ビジネスパートナーについて」を参照。

● 日本企業の商材のベトナム市場への流通

フェーズ1の調査（2017年11月～2018年3月）を経て、薬剤調達・保険など、多くのニーズがあることが分かった。背景には、富裕層・中間層の急増により、お客様が良いものを知っていることがあげられる。また現地の理美容師は、日本の理美容室と同等の価格でも商材を購入されている店舗も増えていることが分かった。

日本には美容商材をネット販売する通販サイトが多々あるが、アジアではまだそのような美容商材販売サイトがほとんど存在しない。ベトナム美容協会のメンバーは、ベトナム国内で約 1,000 事業者ほど会員がいることから、協会と共同で日本モデルのサイトの認知と購入利用を促進するとともに、商材・薬剤・衛生に関する知識や考え方を、技術教育とともに浸透させていく。それに加え、薬剤以外のセット椅子、シャンプー台等の美容機器についても、新品を購入したにもかかわらず 1 年前後で壊れてしまうという現状があり、品質とアフターサービスが強く求め始められている。

また、現地の美容師の多くは、YouTube を通じて自主練習をしているので、カット、カラー、パーマ、シャンプー、接客などの動画を日本で撮影し、会員登録したユーザーに閲覧できるようにしたい。セミナーを通じた研修も適時実施しながら、技術および衛生面の認識向上に貢献していく。

1.7 ビジネスパートナーについて

本調査を通じて、制度設計・適用に向けてのカウンターパート（ビジネスパートナー）として、*Ngành làm đẹp Việt Nam Hiệp hội Giáo dục Nghề nghiệp và Nghề Công tác Xã hội Việt Nam*（Viet Nam Association for Vocational Education Training and Social Work、以下「ベトナム美容協会」）との議論を進めてきた。

➤ 組織名：

Viet Nam Association for Vocational Education Training and Social Work

➤ 概要（協会からのヒアリングベース）

組織の理事長は、元 MOLISA 大臣の Nguyen Thi Hang 氏。

ベトナムでは政府によって認められている協会は珍しいが、この組織は政府によって 2015 年に正式に認められており、任意団体ではない。

この組織の下に、理美容業界の 5 分野（ネイル、スパ、メイク、ヘア、整形）がサブ組織をつくっている。協会の目的としては、業界の健全な成長のために 5 つの分野が互いに連携し協力しあうことを目指している。

➤ 主要スタッフ（協会からのヒアリングベース）

Hang 氏 (Thuy Hang)

- ・ベトナム美容協会ヘア部門のトップ（会員：83 サロン）
- ・ベトナム美容協会の会長であり MOLISA 元大臣 (Hang 氏) をつないで



いただいた

・ Thuy Hang Salon、Thuy Hang Salon Academy を多店舗展開するオーナー経営者

・ ラポールヘアとの担当窓口役および協会メンバーのまとめ役

・ 訪日研修参加者

・ その他、ベトナム北部地方の美容サロンで構成される連盟会（400 サロン以上加盟）のハノイのヘアデザイン専門家グループの会のリーダー

※内務局の資格取得済み（社団法人）

Sam 氏（Cao Van Sam）

・ ベトナム美容協会 副代表

・ 元 MOLISA 職業訓練局副局長

・ ラポールヘアと 2019 年 3 月末までのスケジュールに対して MOU を締結した代表者

・ 美容セミナーやイベントでは、代表挨拶を担う

Minh 氏（Le Anh Minh）

・ ベトナム美容協会 戦略担当

・ Sales Value 社（約 100 社の美容業を含めた多業種企業の経営コンサル）経営者

・ 訪日研修参加者

Khanh 氏（Khanh Pham）

・ Hanoi Vocational College of High Technology の学長

・ 2018 年 12 月の第 2 回のセミナーでは Sam 氏の代わりに技術資格制度の必要性を熱く語り、ラポールヘアとベトナム美容協会と共同で法案化に向けてアプローチしていくことに同意した。

なお、事業開始時から引き続き、経済社会的に困難な状況にある若者の自立を目指す NGO 組織である REACH と職業訓練という面で協力しながら、良い教育プログラムをつくっていくことを目指したいと考えている。

➤ 組織名：

REACH



➤ 概要

2008 年創設の NGO。経済・社会的に恵まれない状況下にある若者に対して、職業訓練を行っている。年間 1,000 人以上の人材育成を行い、これまでに 14,000 人以上の人材を輩出している。

ハノイやフエの地方政府とも良好な関係性を保有しており、フエにおいては地元政府と連携した人材育成を行っている。

第2章 ルール形成プロセス



Phase0 : 事業開始	
2017年3月～ 2017年9月	<p>アジア女性社会起業家支援を行う（一社）re:terra より、ベトナムの社会起業である REACH の紹介を受け、2017年3月にオンライン会議を実施。同年6月に現地渡航し、ベトナムにおける理美容業界の状況を視察するとともに、社会的弱者の雇用創出のための職業訓練を行う REACH の社会事業である美容サロン（EM サロン）の事業を軌道に乗せるための方策について検討及びアドバイスを行う。</p> <p>そこで REACH だけでなく、ベトナム国全体で見た際に、理美容業界を健全に発展させるためには、ルール形成が必要であると実感し、JETRO の本案件へ応募することを決定した。</p>
Phase1 : 課題抽出、戦略構築	
2017年11月～ 2018年3月	<p>JETRO の採択を受け、現地視察及び調査を実施。ベトナム理美容産業の現状の概要把握及び、現地調査にて課題の深掘りやニーズ・ヒアリングを行った。</p> <p>また、制度設計のためのステークホルダーの特定及び関係性構築を行うことを、第一段階の軸として、戦略構築を行った。</p> <p>なお、戦略として元 MOLISA の大臣が代表を務めている美容協会を鍵となるステークホルダーとして設定し、まずは協会のコアメンバーに法制度の必要性を認識してもらった上で、協会の400と言われる会員メンバーにもニーズ・ヒアリングの実施及び制度の必要性を認識してもらうことを最初のステップとした。</p> <p>そのために、2018年3月21日に計画投資局、MOLISA、理美容業経営者など約300人を呼んだイベント開催し、そこで美容協会と法制度づくりに向けて協力するという MOU を結ぶことに成功した。</p> <p>MOU には、当社と美容協会の役割、2018年度には具体的な制度設計に向けて協力して進めていくことについて記載し、合意</p>

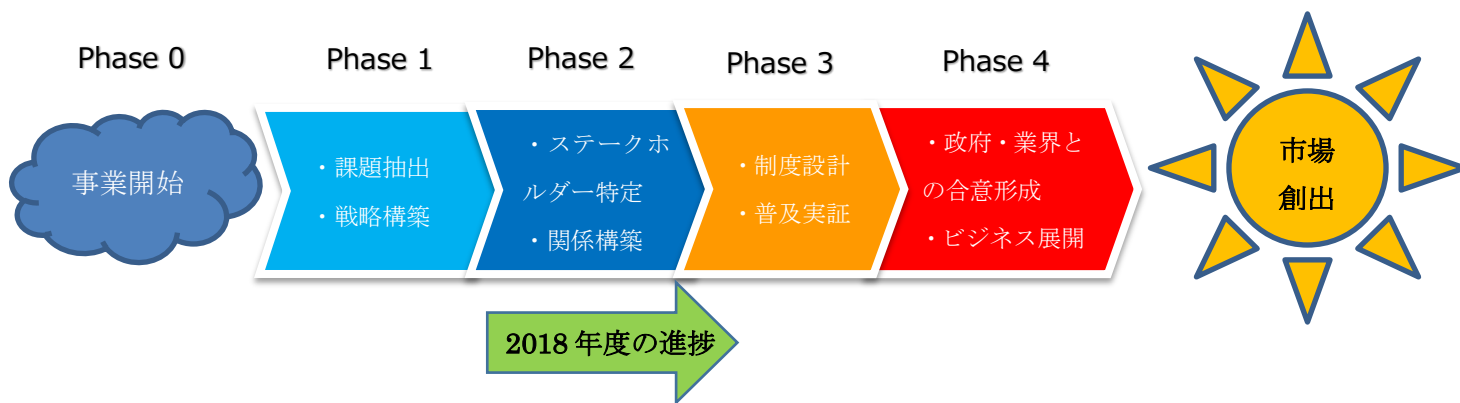
	している。
Phase2 : ステークホルダーとの関係構築	
2018年1月～ 2018年9月	<ul style="list-style-type: none"> ①ステークホルダー、パートナー選定のための業界ステークホルダーの概要把握（デスクトップ調査）及び関係者ヒアリング ②パートナーとの今後の協力関係推進のための MOU 締結（2018年3月21日に締結） ③関連省庁とのコンタクトと関係性づくり
Phase3 : 制度設計、普及実証	
2018年9月～2020年3月	<ul style="list-style-type: none"> ① 基礎となる制度の設計を進め、制度の Draft 作成（制度設計にあたり、開業に関わる制度/人材育成に関わる制度のどちらを優先的に進めるかも要検討） ② Draft した制度の内容について、実証実験として制度の実証を行う（まずは民間ベースでの基準作成、展開を念頭に置いている） <p>実証を進めていく上での基準の改善点や、さらに全国展開していく上での検討事項を整理して、ステークホルダーと議論を進める</p>
Phase4 : 政府・業界との合意形成、ビジネス展開	
2020年4月～	<ul style="list-style-type: none"> ① 民間ベースで進める基準を、どのように制度として実装していくかについて関係者（計画投資局や MOLISA）と議論を進める ② ただし、制度を実際に実装するとなると政治的なところが大きく関係するため、実装の時期などについては検討を重ねていく必要がある

第3章 2018年度の取り組みについて

3.1 スケジュール（当初の予定）

時期	活動内容
4月	
5月	
6月	訪日研修内容作成
7月	訪日研修参加者募集・選考
8月	実証実験実施（10サロン）、第1回セミナー開催
9月	訪日研修（17-22）
10月	実証実験の実施
11月	実証実験の実施
12月	第2回セミナーの開催
1月	実証実験実施、ガイドライン作成
2月	実証実験実施、ガイドライン作成
3月	第3回セミナーおよびMOU締結

3.2 成果一覧



取り組み内容	結果	課題
Phase 2 ステークホルダーとの関係構築	・ベトナム美容協会からMOLISAにアプローチした。	・現地の理美容室の現場や技術教育学校側からのルール形成の意向は強かったが、政府側の優先順位は高くないと感じた。
Phase 3 導入すべき理美容制	・日本の美容基準に沿った実証実験を現地で実施するうえで、	・ベトナム美容協会内の事情により、ベトナム帰国後に実

度内容を検討するための実証実験	日本の美容基準の理解が必要であるため、現地サロンによる訪日研修を実施した。 ・訪日研修では、首都圏地域のサロンやメーカー、美容学校等を訪問した。	証実験を実施できなかった。 ・Hang 氏のみが実証実験をすることになったが、その Hang 氏が 2018 年末に協会を離れてしまい、実証実験が途中で終わってしまった。
-----------------	---	--

3.3 取り組み詳細

(1) 取組方法、活動内容の概要

2018 年 6 月：・現地に渡航し、美容協会と 2019 年 3 月末までの進め方を確認。

・ REACH から今後の協力を確認。

2018 年 8 月：・実証実験のプロジェクト説明を目的としたセミナー開催⁴

・在ベトナム大使館に保健省等、協力者の紹介の相談依頼

2018 年 9 月：・訪日研修の実施

→現地の理美容室に、日本の具体的な事例・法規・理美容室の現状などを学んでもらい、ステークホルダーを意識付け

2018 年 12 月：・在ベトナム日本国大使館との面談

→ベトナムの政府の関係者の紹介は難しいという回答

・訪日研修の報告会を兼ねたセミナー開催⁵

・実証実験参加予定サロンと一般サロンの現状を視察

・美容協会関係者と打ち合わせを行い、今後の戦略を修正

(2) 結果

・現地渡航のたびにベトナム美容協会との詳細な打ち合わせを実施するとともに、通常時は現地の通訳を介してコミュニケーションをとった。

・理美容室経営者に経営アドバイスなども行うことで、信頼関係の構築に努めた。

・6月の渡航時には、2018年3月に美容協会と締結したMOUの流れのとおり順調に進んでいるという感触だった。

・9月の訪日研修では、予算の関係上美容協会副会長を招待できず、機嫌を損ねてしま

⁴ 付属資料 1 参照

⁵ 付属資料 2 参照

った。

- 12月のセミナーでは、
 - ①Hang 元大臣を通じてベトナム首相に対して、理美容関連制度策定に関する所管官庁の決定に関するレターの送付
 - ②Khang 氏が運営する美容学校における検定試験の実施を決定した。
- しかし、美容協会関係者と打合せを行ったところ、実証実験への参加希望サロンがルール形成よりも短期的な売上を重視しており、協会関連事業を通じた負担拡大を懸念するなど、足並みがずれていることがわかった。
- 美容協会関係者と打ち合わせを行い、今後の戦略を修正することとした。
具体的には、
 - ①制度づくりに関するチームの再編成
 - ②2019年3月までの実証実験の開始（Hang氏がコネクションをもつ、ベトナム北部の500サロンから選抜予定）
 - ③2019年3月にイベント開催（制度づくりに携わるチームの再発足、日本企業による協力の拡大についてMOU締結によって明確化、制度づくりのフロー・スケジュールの確認）
- 美容協会から理美容関係を管轄するであろうMOLISAにアプローチを行っていたが、協会内部の事情等により連絡が滞ってしまった。このため、2019年3月に予定していたベトナムへの渡航やイベントの開催を中止せざるを得なかった。

(3) 考察

- ベトナム美容協会や在ベトナム日本国大使館から提案された、民間主導でベトナム国民に意識させていく方法が、ルール形成において最適だと考えている。
- ベトナム美容協会主導で実証実験を実施する予定だったが、協会の事情によりHang氏が運営する理美容室から実証実験をスタートさせるよう戦略を変更した。
- 制度づくりに新たに携わる日本企業としては、ベトナムサロンオーナーへの流通や今後の拡大市場への参加が可能になるといったメリットをアピールしていく予定。また、現地で設立予定のサプライセンターへの参画を養成することも検討している。サプライセンターへの参画により、個別に進出するよりも安定的な取引を実現可能。

・2019年3月現在も、ベトナム美容協会は活動しており、また協会を離脱したと報告を受けた **Hang** 氏もいまだに多くの団体に属している。このため、協会との関係性を保ちながら、技術専門学校の **Khanh** 氏や民間ベースで推進している **Minh** 氏と共に、法案化に向けた最短ルートを形成していくことを想定。

第4章 今後の事業展開と課題

4.1 今後の事業展開

(1) 現地における活動

Hang氏が協会から離脱したという連絡を受けたため、副会長のSam氏に今後の進め方や現在の状況について確認している。

協会の状況、Sam氏の意向、Hang氏の離脱理由と現在の立場、Minh氏のプロジェクトの進捗を確認後、対策を練る予定。

(2) 日本国内での活動

リーダーサロンや現地サロンに対して商材や技術を提供できる企業を増やしていく。現在、商材提供、輸出に興味を示している当社取引先があるため、Sam氏の回答を待ちながら、準備を進めている。

4.2 今後の課題

首相による担当省庁の指名が必要。協会や理美容室関係者において、担当省庁が決まり次第、法案を提出できるよう準備を進めていくことも重要。協会関係者等との連絡を進めていく。

リーダーサロンの育成、現地サロンのネットワーク、ガイドラインの作成や日系企業の取りまとめは大きな問題なく進むことを期待している。

第5章 Q&A

Q1 現地のカウンターパートやビジネスパートナーをどのように特定したのか？

A1 JETRO 側より、理美容分野に関するステークホルダーをリストアップした。
その結果、①ベトナムで最大規模②MOLISA 内に事務所を有する③政府が公認
団体であるベトナム美容協会をビジネスパートナーとして特定した。

Q2 現地のビジネスパートナーとどのように関係を構築したのか？

またプロジェクトの進展において苦労したポイントとは？

A2 現地の通訳の方に、通訳のみならずパートナーの連絡を含めて奔走いただいた。
ただ、現地パートナーとの継続的な連絡や、イベント・商談時におけるサポート役が
足らなかったため、やり取り一つ一つに苦労した。

Q3 他の日系企業とさらに協力を広げていくために必要なこととは？

A3 日系企業の商材を必要としているベトナムサロンの拡大。店舗数、技術者数の多いベ
トナム企業を巻き込むことで、より多くの日系企業が賛同していくと想定。

Q4 中小企業として、先行投資に大きなコストがかかるルール形成を行う意義とは？

A4 コスト感は中小企業にとって問題でなく、決裁スピード、決断力、使命感などが高い
かどうかが大きく左右する。またルール形成においては、政府への働きかけを通じた
法整備が必要なことから、達成するまでの期間やその確度がどれだけ明確になるかが
投資ポイントとして大きな要素となる。

Q5 現地の NGO を巻き込んでいくうえで重要だと考えるポイントとは？

A5 現地 NGO 支援があることで日系企業の賛同者は多く得られ、またベトナム国内でも
成功している企業の多くは貧困層へのケアをしていることから、プロジェクトに NGO
等の支援は組み込めるのであれば、できるだけ組み込む方がいいと感じた。

Q6 インフォーマルセクターとの共存をどのように進めていくことを予定しているのか？

A6 資格を持ったサロン、また認定したサロンをリーディングとしてルール形成を図りつ
つ、資格を持つに至っていないサロンや個人で零細に営業しているサロンなどへはそ
の生活を守りつつ、ベトナム国内の美容産業の底上げにおいて、すべての事業者が恩
恵を受けられる産業へ発展させていくことが今回の目的の一つである。

以上