

ベトナム国

ベトナム国

The First 1000 days の  
母子保健改善ビジネス化実証事業

調査完了報告書

2024年11月

アサヒグループ食品株式会社

# ベトナム国 The First 1000 days<sup>1</sup>の

## 母子保健改善ビジネス化実証事業

### 調査完了報告書

#### 目次

略語表 .....	1
I 事業計画書 .....	2
1 自社戦略における本調査の位置づけ .....	2
1.1 アサヒグループにおける本事業の位置づけ .....	2
1.2 当社における本事業の位置づけ .....	2
1.3 自社戦略における本調査の位置づけ .....	2
2 業界構造（サプライヤー・チャンネル等） .....	2
2.1 主な流通チャンネル .....	2
2.2 主な流通ルート（輸入／国内生産からエンドユーザーまで） .....	3
3 市場環境 .....	4
3.1 市場規模 .....	4
3.2 競合動向 .....	5
4 ターゲット顧客・ニーズ .....	6
4.1 ターゲット顧客 .....	6
4.2 ターゲット顧客のニーズ（顧客が直面している課題） .....	6
5 製品・サービス概要 .....	7
6 ビジネスモデル（実施体制／顧客やパートナーに提供する価値等） .....	7
7 フィージビリティ（技術／運営／規制等の実現可能性） .....	8
8 販売・マーケティング計画・要員計画・収支計画 .....	8
9 必要予算／資金調達計画 .....	8
10 リスクと対応策及び撤退基準 .....	8
11 将来的なビジネス展開、ロードマップ .....	8
II インパクト創出計画書 .....	9
1 ロジックモデル .....	9
2 設定指標 .....	10
3 達成目標 .....	11
4 データ収集の計画 .....	11

<sup>1</sup> WHO では、受胎してから出産までの約 270 日と、子どもが生まれてから、2 歳になるまでの 730 日を合わせた 1,000 日間の栄養や環境は将来の健康に大きく影響するため重要な期間としている。

III 別紙：調査概要.....	12
1 日本の離乳ガイドの有用性実証調査.....	12
2 当社ベビーフードの受容性・有用性実証調査.....	14
3 日越専門家によるシンポジウム開催.....	15
4 ベトナム版離乳実践ガイド作成・普及に向けた検討.....	17
5 メインセミナーの開催.....	17
6 養育者向けセミナーの開催.....	19
7 現地製造工場／原材料調達調査.....	21

## 略語表

略語	正式名称	説明
BF	Baby food	ベビーフード
BSS	Baby Specialty Store	ベビー用品専門店
EC	E- Commerce	電子商取引
IYCF	Infant and young child feeding	乳幼児の食事
MCH	Maternal and Child Health Department	母子保健局
MDD	Minimum dietary diversity	最低食事多様性
MMF	Minimum meal frequency	最低食事頻度
MOH	Ministry of Health	保健省
MOU	Memorandum of Understanding	覚書
MT	Modern Trade	近代的小売
NDA	Non-Disclosure Agreement	秘密保持契約
NIN	National Institute of Nutrition	ベトナム国立栄養研究所
SEC	Social-Economic Class	社会経済クラス。 収入や所有耐久消費財等で定義。
TT	Traditional Trade	伝統的小規模小売
UNICEF	United Nations Children's Fund	国際児童基金
WHO	World Health Organization	世界保健機関
VINUTAS	Vietnam Nutrition Association	ベトナム栄養学会
VNCH	Vietnam National Children' s Hospital	ベトナム国立小児病院
VND	Vietnamese Dong	ベトナムドン（ベトナム通貨）
VNVC	Vietnam Vaccine JSC	ベトナム最大の民間ワクチンセンター
VPA	Vietnam Pediatric Association	ベトナム小児科学会

# I 事業計画書

本報告書「Ⅲ. 別紙」に記載の調査を実施した結果として、当社が作成した事業計画書を以下に示す。

## 1 自社戦略における本調査の位置づけ

### 1.1 アサヒグループにおける本事業の位置づけ

アサヒグループ食品株式会社（以下、当社）が属するアサヒグループホールディングス株式会社では、グループ理念“**Asahi Group Philosophy**”の実践に向けて、メガトレンドからのバックキャストによる『中長期経営方針』を2022年に設定した。『中長期経営方針』では、長期戦略のコンセプトとして「おいしさと楽しさで“変化する Well-being”に応え、持続可能な社会の実現に貢献する」ことを掲げている。そのコア戦略の1つに、サステナビリティと経営の統合を掲げ、持続的な成長とすべてのステークホルダーとの共創による企業価値向上を目指している<sup>2</sup>。

本事業は、「健康」マテリアリティの取り組みテーマである「健康価値の創造」において、事業インパクトと社会インパクトを創出し、当グループの企業価値向上へ貢献を目指すものである。

### 1.2 当社における本事業の位置づけ

当社では長期ビジョンとして、『私たちは「おいしさ+α」を追求し、「心とからだの健やかさ」の実現に貢献する企業を目指します』を掲げ、「食と健康」に関する社会課題の解決を通じて成長する方針を示している<sup>3</sup>。

本事業は長期ビジョンの達成に向けた「長期成長テーマ」の1つとして推進している。

### 1.3 自社戦略における本調査の位置づけ

本調査は、ベトナムにおけるベビーフード<sup>4</sup>販売の事業計画およびインパクト創出計画策定のために行われた。本調査後にベビーフードのビジネス展開を図り、ひいてはベトナム国の乳幼児の健全な成長への貢献を目指す。

## 2 業界構造（サプライヤー・チャンネル等）

### 2.1 主な流通チャンネル

ベトナムのベビー&ママ用品市場（ベビーフード・子ども向け製品・子ども服含む）において、モダントレード（**Modern Trade**、近代的小売、以下 **MT**）の比率は20%であり、残りの80%はトラディショナルトレード（**Traditional Trade**、伝統的小規模小売、以下

---

<sup>2</sup> <https://www.asahigroup-holdings.com/sustainability/strategy/>

<sup>3</sup> <https://www.asahi-gf.co.jp/company/newsrelease/2024/0125/>

<sup>4</sup> ベビーフードの定義：「乳児」および「幼児」の発育に伴い、栄養補給を行うとともに、順次一般食品に適応させることを目的として製造された離乳補助食品（日本ベビーフード協議会の定義より）

TT) が占める。しかし、今後は大都市圏を中心にさらに MT が伸びる可能性が高いと考えられ、AVA KIDS (携帯電話販売大手のモバイルワールドが経営) 等、異業種から参入する企業も出てきている状況である。

MT の代表的なベビー用品のチェーンストアは以下の通りである。

1) Con Cung (コンクン)

- 全国に約 700 店舗を展開するチェーンストアで、売上・店舗数ともに No.1 企業。
- 2025 年までに小型店 2,000 店舗、大型店 200~300 店舗を出店、2023 年の売上目標 10 億 USD、2025 年には 20 億 USD (市場シェア 30%)、その内、オンライン販売比率 30%にすることを目標としている。

2) Bibo Mart

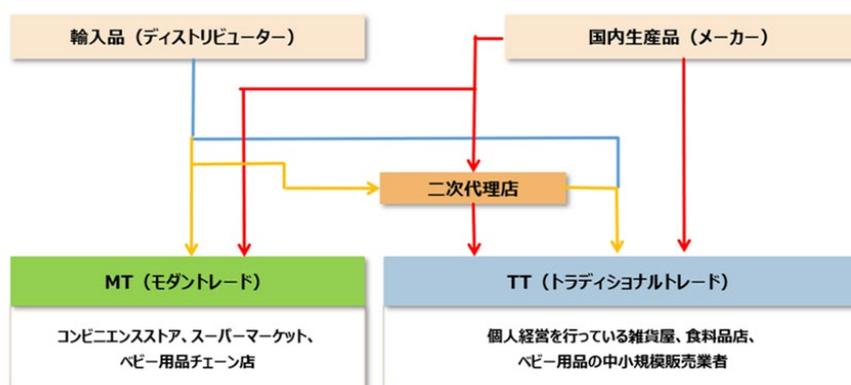
- 全国に 125 店舗を展開するチェーンストアで、Combi、Chicco、Fisher-price、Farlin、Hipp、DrBrown など世界的に有名なブランドの製品を販売しており、新型コロナ前までは同社がベビー用品チェーン No.1 の売上であった。

3) Kids Plaza

- 2009 年に設立、全国に 157 店舗を展開するチェーンストアで、10,000 商品を超える多種多様なベビー&ママ用品を展開している。

2.2 主な流通ルート (輸入/国内生産からエンドユーザーまで)

- 大都市圏の TT や MT はディストリビューターやメーカーが直接販売しているケースも多い。
- 大都市圏以外の地域にある TT は、二次代理店が入っている事が多い。
- ディストリビューターの本社はホーチミン市かハノイ市にあることが多い。
- 北部・南部両方に強い輸入卸は多くは無く、本社地域にセールスが偏る会社が多い。
- ディストリビューターとのやり取りは英語がほとんどであり、日本語を話す企業は少ない。



図I.2-1 ベトナムにおけるベビー用品の流通構造

(出典) ベトナムにおけるベビー用品市場調査 (2023 年 12 月、JETRO) <sup>5</sup>

<sup>5</sup> <https://www.jetro.go.jp/biz/trendreports/2023/92cc48ec49459080.html>

### 3 市場環境

#### 3.1 市場規模

##### 1) 人口、出生数、出生率

ベトナムの人口は、日本の約 80%であるが、出生率が高く、出生数は日本の約 1.8 倍。

当社ベビーフードのターゲットとなる 6-24 か月の乳幼児は、約 200 万人と、日本以上の市場を形成できる可能性がある。

表I.3-1 人口、出生数、出生率の日越比較（2023 年）

	ベトナム	日本
人口（千人）	100,029	124,871
出生数（千人）	1,388	750
粗出生率（/1,000 人）	13.8	8.0
合計特殊出生率	1.91	1.21

（出典）国連 World Population Prospects 2024<sup>6</sup>

##### 2) タイプ別ベビーフード市場

ベトナムでは、ドライベビーフードが主流であり、レトルトを含むプリペアードベビーフードの市場は日本の 1/10。プリペアードベビーフード市場の拡大余地は大きい。

表I.3-2 タイプ別ベビーフード市場の日越比較（2024 年）

	ベトナム		日本	越／日 比率
	10 億 VND	億円	億円	
ドライベビーフード	7,109	427	54	790%
プリペアードベビーフード	490	29	269	11%
その他ベビーフード	13	1	151	1%

ドライベビーフード：お湯に溶解して食べる粉末タイプ

プリペアードベビーフード：ビン、レトルト等の即食タイプ

その他ベビーフード：おやつ、飲料等

1VND（Vietnamese Dong、ベトナムドン）=0.006 円換算

（出典）Euromonitor：2024 年 8 月

<sup>6</sup> <https://population.un.org/wpp/Download/Standard/MostUsed/>

### 3.2 競合動向

#### 1) ドライベビーフード

- ・シリアルパウダーにタンパクや微量栄養素を加えた栄養補完食。
- ・お湯を加えて混ぜて使用するが、すべてドロドロ状。

表I.3-3 ドライベビーフードのシェア（2024年）

企業名	シェア(%)	産地
Vinamilk	41.8	ベトナム
Nestle	22.4	マレーシア
Hipp	8.6	ドイツ
Others	27.2	
Total	100.0	

(出典)：Euromonitor：2024年8月

#### 2) プリペアードベビーフード

- ・欧米ブランドは、びん詰またはスパウト付きパウチ。ほぼドロドロ状。
- ・現地ブランドは安価であるが、具材感が無く、具材の大きさ・固さのステップアップはない点において、当社ベビーフードの差別的優位性がある。

表I.3-4 プリペアードベビーフードのシェア（2024年）

企業名	シェア(%)	産地	包装形態
Saigon Foods	45.6	ベトナム	レトルト
Hipp	44.4	ドイツ	ビン、スパウトパウチ
Heinz	7.1	アメリカ	ビン
Others	2.8		
Total	100.0		

(出典)：Euromonitor：2024年8月

## 4 ターゲット顧客・ニーズ

### 4.1 ターゲット顧客

企業機密情報につき非公表

### 4.2 ターゲット顧客のニーズ（顧客が直面している課題）

#### 1) ベトナムにおける、乳幼児の食に関する課題

シンポジウムやメインセミナー、専門家ヒアリング等（活動内容は「Ⅲ. 別紙」参照）を通じて、ベトナムにおける、乳幼児の食に関する課題を確認した。

ベトナムでは、離乳食が始まる6か月頃から、発育阻害（Stunting。日常的に栄養を十分に取れずに慢性栄養不良に陥り、年齢相応の身長まで成長しない状態）が増加し、5歳未満の発育阻害が24%、貧血が28%、ビタミンA欠乏症が13%、亜鉛欠乏証が69%となっている。

子どもの適切な成長には、適切な離乳食（補完食）が必要であるが、WHO（World Health Organization、世界保健機関）/UNICEF（United Nations Children's Fund、国際児童基金）が規定する乳幼児の適切な食事に関する指標（Indicators for assessing infant and young child feeding practices）<sup>7</sup>についてのベトナムの現状は以下のとおりである。

- ・ 早すぎる離乳食導入（生後6か月よりも前）：50%
- ・ 不適切な食事の多様性（MDD：Minimum dietary diversity、最低食事多様性）：18%
- ・ 不適切な食事回数（MMF：Minimum meal frequency、最低食事頻度）：35%
- ・ 動物性食品を摂取していない割合：35%
- ・ ビタミンAを摂取していない割合：22%
- ・ 鉄を多く含む食品を摂取していない割合：14%
- ・ 緑黄色野菜の摂取不足

一方、過体重や肥満も増えており、低栄養と過栄養が同時に発生する、「栄養不良の二重負荷」の問題がある。

これを改善するためには、養育者の知識の向上がカギとなるが、現状は適切な知識は欠如している。養育者の情報入手源は、保健医療従事者ではなく、主にSNSなどであり、適切であるとは言い難い。

また、離乳食の実践に関するガイドが無く、指導者の教育や、養育者への指導もほとんど行われていない。

さらに、ベトナムの女性の労働参加率は70%以上と世界でも最も高いレベルであり、適切な離乳食を準備する時間が無いことも、大きな障害となっている。

（出典）：Vietnam complementary feeding framework for action, 2019年：UNICEF/ベトナム国立栄養研究所/ベトナム保健省

なお、当社が過去に行った調査では、離乳食の準備担当者は、母親が100%であり、父親

<sup>7</sup> <https://www.who.int/publications/i/item/9789240018389>

は5%であった。<sup>8</sup>

## 2) ベトナムにおける離乳実践ガイド作成・教育・普及に関するニーズ

ベトナム政府は、国家栄養戦略<sup>9</sup>の中で、The first 1000 daysに関連するプロジェクトの推進を重点施策の1つとしており、乳幼児の栄養不良の改善と乳幼児の適切な食事の実践率を目標に掲げている。

2023年12月には、ベトナム国立栄養研究所（National Institute of Nutrition、以下NIN）とUNICEFが中心になり「子育てに関する基本的基準のガイドライン」を作成し、第3章にて離乳食の実践に関するガイドの作成が必要であると明記している。

これは、2020年にUNICEFが発表した母子栄養に関するフレームワーク<sup>10</sup>において示されている、「与える食物の栄養の他、年齢に応じた食事の調理等の実践、それを支える教育や支援サービスが重要」との考えに基づいている。

本調査を通じて、ベトナム保健省や専門家より、日本の「授乳・離乳の支援ガイド」は、栄養だけでなく、摂食機能の発達や食育の視点があり、実践的であることが評価されており、日本の離乳ガイドを参考とした、指導者向けの「ベトナム版離乳実践ガイド」を作成する意向が示された。

当社は、ベトナム保健省（2024年9月締結）、ならびにNIN（2022年10月締結）とMOUを締結し、指導者向けの「ベトナム版離乳実践ガイド」作成と、これを用いた指導者・養育者への教育・普及をサポートすることとした（活動内容は「Ⅲ. 別紙」参照）。

## 3) 本調査において明らかとなった顧客ニーズ

企業機密情報につき非公表

## 5 製品・サービス概要

当社製品は、日本の「授乳・離乳の支援ガイド」に基づいた商品設計をしており、乳幼児が上手に食べられるように、発達段階に合わせて具材の大きさや固さを段階的に調整しているのが特長である。

また、レトルトベビーフードは、開けてすぐに食べられるため、離乳食の調理時間を短縮できるだけでなく、父親や祖父母等、母親以外の育児参加を促すことが出来る。

さらに、離乳食の適切な進め方に関するコンテンツ（パンフレットや動画等）を提供すること、専門知識を持った栄養士による離乳食支援が可能である。

## 6 ビジネスモデル（実施体制／顧客やパートナーに提供する価値等）

企業機密情報につき非公表

<sup>8</sup> 当社2020年調査、n=300（対象者：ハノイ・ホーチミン在住、7-24か月の子どもを持つ、世帯月収1,500万VND以上の母親、複数回答可であったため100%を超過）

<sup>9</sup> <https://faolex.fao.org/docs/pdf/vie213441.pdf>

<sup>10</sup> <https://www.unicef.org/media/113291/file/UNICEF%20Conceptual%20Framework.pdf>

7 フィービリティ（技術／運営／規制等の実現可能性）

企業機密情報につき非公表

8 販売・マーケティング計画・要員計画・収支計画

企業機密情報につき非公表

9 必要予算／資金調達計画

企業機密情報につき非公表

10 リスクと対応策及び撤退基準

企業機密情報につき非公表

11 将来的なビジネス展開、ロードマップ

企業機密情報につき非公表

## II インパクト創出計画書

### 1 ロジックモデル

事業目標：

- ・現地の保健医療従事者、養育者に対して適切な食事・栄養の知識を普及することにより適切な離乳食の摂取が可能となり、ベトナムの乳幼児の健全な成長を促すことができる。
- ・離乳食作りの時間の短縮、男性の育児参加の促進により、子育てに余裕をもたらし、ライフスタイルの選択肢が増える。

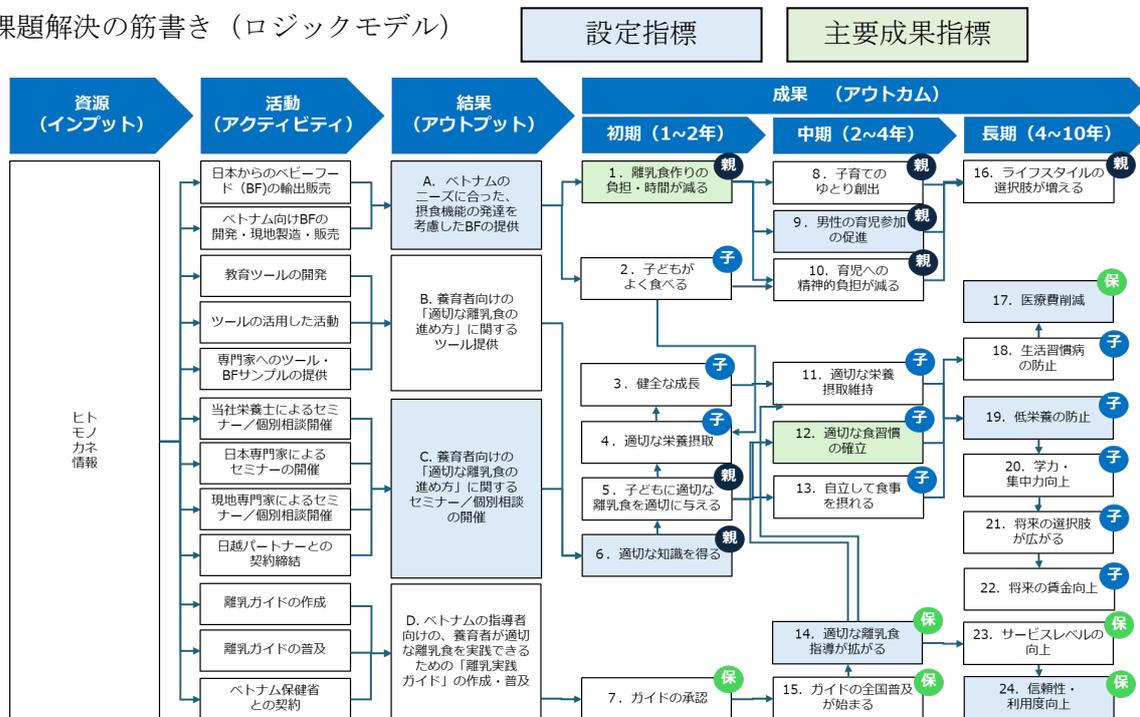
表II.1-1 裨益者の特定

裨益者	裨益の種類※		裨益者の種類	ロジックモデル上の表現
	商品	知識		
乳幼児：6-24 カ月	直接	直接	個人	子
養育者：母親	直接	直接	個人	親
養育者：母親以外	直接	直接	個人	親
保健医療従事者	間接	直接	個人	保
保健医療機関	間接	直接	組織	保

※裨益の種類

- 直接：ベビーフードを利用すること、適切な知識を得ることで直接的な影響を受ける  
 間接：直接的な裨益者を介して二次的な影響を受ける（例：養育者がベビーフードを利用することで、指導がしやすくなる）

課題解決の筋書き（ロジックモデル）



図II.1-1 ロジックモデル

## 2 設定指標

分類	ロジック モデル上の 記号・番号	指標
結果	指標 A	ベトナムのニーズに合った、摂食機能の発達を考慮したベビーフードの販売数
	指標 C	養育者向けの「適切な離乳食の進め方」に関するセミナー／個別相談を受けた養育者の数
成果 (初期)	指標 1	ベビーフードを使用することによって、削減された調理にかかる時間 【算出方法】 時短時間×販売数 ※時短時間：18.5分＝（平均離乳食調理時間：20.5分） －（当社ベビーフード準備時間：2分）
	指標 6	適切な離乳食の知識を得た養育者の数 【算出方法】 セミナー・個別相談を受けた人数×理解度（アンケートで「理解できた」と回答した率）
成果 (中期)	指標 9	男性の育児参加率 【確認方法】 アンケートにて「離乳食作りの担当者」について回答。男性の出現率をモニタリング。 ※参考：2020年当社調査では5%。
	指標 12	適切な食習慣の確立が出来ている乳幼児の割合 【確認方法】 WHO/UNICEF が規定する以下 IYCF（Infant and young child feeding）指標をモニタリングする。 MDD（Minimum dietary diversity、最低食事多様性） MMF（Minimum meal frequency、最低食事頻度） ※参考 ・不適切な MDD：18% ・不適切な MMF：35% （出典） Vietnam complementary feeding framework for action, 2019年：UNICEF/ベトナム国立栄養研究所/ベトナム保健省
	指標 14	保健医療機関での離乳食指導件数
成果 (長期)	指標 17	生活習慣病関連の医療費削減金額
	指標 19	低栄養指標の発生率（発育障害：Stunting、消耗症：Wasting、低体重：Under weight、微量栄養素欠乏：micronutrient Deficiency）
	指標 20	コミュニケーションヘルスセンターでの2歳未満の乳幼児を持つ養育者への栄養カウンセリング実施率 ※参考 2025年目標：50%、2030年目標：75% （出典）国家栄養戦略 <sup>11</sup>

<sup>11</sup> <https://faolex.fao.org/docs/pdf/vie213441.pdf>

### 3 達成目標

企業秘密情報を含むため非公開

### 4 データ収集の計画

主要成果指標	収集するデータ	データ収集者	収集方法
指標 4	当社ベビーフード販売数量	当社	販売数量集計
指標 12	MDD MMF	ベトナム保健省	栄養監視調査 <sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> ベトナムでは、毎年 63 省と中央直轄市において、5 歳未満の身体計測、育児実践、養育者の知識に関する調査を行っている。

### III 別紙：調査概要

本事業では、以下の調査および活動を通じて、今後の事業戦略構築のためのフィジビリティスタディを行った。

1	日本の離乳ガイドの有用性実証調査
2	当社ベビーフードの受容性・有用性実証調査
3	日越専門家によるシンポジウム開催
4	ベトナム版離乳実践ガイドの作成・普及に向けた検討
5	メインセミナーの開催（実証結果の発表）
6	養育者向けセミナーの開催
7	現地製造工場／原材料調達調査

#### 1 日本の離乳ガイドの有用性実証調査

##### ■目的

ベトナムの養育者に離乳の進め方を説明するうえで、日本の「授乳・離乳の支援ガイド」に沿った、当社の離乳期別リーフレットとベビーフードサンプルを活用することの、受容性・有用性・改善のポイントを検証する。

##### ■実施場所

Nutrihome（ホーチミンの民間栄養相談センター）

##### ■対象者条件

- ・生後6か月～18か月の健康な児を持つ養育者
- ・離乳食を開始している児を持つ養育者
- ・自分で離乳食を作っている養育者
- ・日本式離乳の進め方の説明に抵抗がない養育者

##### 【除外規定】

- ・極端な栄養不良がある児（体重：WHO 平均±2SD 以上）
- ・低体重出生児
- ・未熟児、早産児
- ・手術歴、障がいがある児

##### ■対象者数

乳幼児の養育者 100名

（5-6か月、7-8か月、9-11か月、12-18か月：各25名）

##### ■調査方法

- ①Nutrihomeと同じ建物にある、系列の民間ワクチン接種センター（VNVC）にワクチン接種に来た方から上記に合致した対象者をリクルーティング
- ②当社栄養士より日本式離乳食のトレーニングを受けた Nutrihome の医師または栄養士が、対象の養育者に対し、リーフレット/ベビーフードサンプルを使用した離乳食相談を実施。
- ③離乳食相談後、医師・栄養士と養育者に対し、アンケート調査を実施。
- ④離乳食相談を行った医師・栄養士については、グループインタビューを実施。



図III.1-1 Nutrihome 医師・栄養士の当社ベビーフード試食の様子



図III.1-2 Nutrihome 医師による離乳食相談の様子

**GIẢI ĐOẠN GIỮA (Khoảng 7-8 tháng tuổi)**

**Hình thành nhịp ăn uống ngày 2 bữa**

Đây là giai đoạn rất quan trọng để hình thành thói quen ăn uống lành mạnh cho trẻ.

**PHƯƠNG PHÁP**

- Lượng thức ăn của 2 bữa là như nhau.
- Đưa dạng loại thực phẩm dễ tiêu có thể thưởng thức nhiều hương vị và kết cấu khác nhau.
- Tạo thói quen kết hợp các thực phẩm giàu protein và sau đó để cân bằng chính những trong các bữa ăn.
- Sau khi ăn dặm hãy cho trẻ bú mẹ hoặc sữa công thức tùy theo nhu cầu của trẻ.
- Vào những ngày nắng nóng, khi trẻ đã nhai mềm thì cho trẻ bú sữa mẹ cho trẻ.
- Trường hợp nuôi con bằng sữa mẹ, trẻ sẽ bú sữa ít từ khoảng 6 tháng tuổi trở đi, do vậy nên sử dụng các loại thực phẩm giàu chất sắt để bổ sung sắt cho trẻ.

**VỀ PHƯƠNG CÁCH CHO ĂN**

am 6:00 | am 10:00 | pm 2:00 | pm 6:00 | pm 10:00

Ăn dặm 2 lần/ngày

Cho bú mẹ theo nhu cầu và nhịp bú của trẻ

2 lần/ngày = 2 lần sữa mẹ

Check list:  Trẻ bú mẹ đầy đủ về định giờ cho bú và lượng sữa để tránh ảnh hưởng đến lượng sữa mẹ trong thời gian ngắn của trẻ.

**HÌNH THẠCH BIẾN**

Nếu để thức ăn đạt được độ cứng mà trẻ có thể nghiền nát bằng lưỡi (tương tự đậu phụ).  
Thận trọng với các thực phẩm dễ rơi vỡ.

**KÍCH THƯỚC - ĐỘ CỨNG**

**Cháo**  
Cháo tỷ lệ 1:5  
Cháo nước = 1:1

**Cà rốt**  
Nấu chín, sau đó hoặc nghiền nhỏ.

**Cá**  
Nấu chín, sau đó nghiền nhỏ.

**THAM KHẢO VỀ LƯỢNG VÀ LOẠI THỰC PHẨM CHO 1 BỮA ĂN**

**Phần loại I**

Loại thực phẩm (Phần loại I)	Cần lượng	Loại thực phẩm (Phần loại II)	Cần lượng
Bánh mỳ	15 - 25	1/2 miếng bánh mì P&G	15 - 20
Mỳ sắn (bánh)	30 - 55	1/4 miếng	10 - 15

**Phần loại II**

Loại thực phẩm (Phần loại II)	Cần lượng	Loại thực phẩm (Phần loại III)	Cần lượng
Cà rốt (gọt vỏ)	10 - 13	1 thìa canh	1.2 - 1.5
Cà rốt	9 - 11	1/2 thìa canh	40 - 50
Cơm gạo	1.0 - 1.3	2 thìa canh	50 - 70

**LƯỢNG THỰC PHẨM CHO 1 BỮA ĂN**

Phần loại I

Loại thực phẩm (Phần loại I)	Cần lượng	Loại thực phẩm (Phần loại II)	Cần lượng
Bánh mỳ	15 - 25	1/2 miếng bánh mì P&G	15 - 20
Mỳ sắn (bánh)	30 - 55	1/4 miếng	10 - 15

Phần loại II

Loại thực phẩm (Phần loại II)	Cần lượng	Loại thực phẩm (Phần loại III)	Cần lượng
Cà rốt (gọt vỏ)	10 - 13	1 thìa canh	1.2 - 1.5
Cà rốt	9 - 11	1/2 thìa canh	40 - 50
Cơm gạo	1.0 - 1.3	2 thìa canh	50 - 70

Lượng sữa và thức ăn dặm chỉ là các con số tham khảo.  
Hãy để chính đứa trẻ quyết định ăn uống, tình trạng tăng trưởng và phát triển của nó.

図III.1-3 離乳食相談に使用したリーフレットの例

## 2 当社ベビーフードの受容性・有用性実証調査

### ■目的

当社ベビーフードのベトナムにおける受容性・有用性・改善のポイントを明らかにし、今後のマーケティング戦略および専用品開発に活かす。

### ■対象者条件

- ・7-23 か月の子どもと母親
- ・母親の年齢が 24-35 歳、高卒以上
- ・SEC (Social-Economic Class、社会経済クラス) :AB (世帯月収 2,000 万 VND 以上)
- ・北部：イオンハドン店、南部：セラドン、ビンタン店付近に在住 (2-3 km圏内)
- ・離乳食 (ミルク以外の食事のこと。軽食も含む) を 1 日 1 回以上食べていること
- ・市販ベビーフードの購入経験、もしくは購入意向があること

### ■対象者数および割付 (単位：人)

	7-9 か月	10-12 か月	13-17 か月	18-23 か月	合計
ハノイ	75	75	75	75	300
ホーチミン	75	75	75	75	300
計	150	150	150	150	600

### ■調査方法

- ①調査会社にて対象者をリクルートし、対象者が現在与えている離乳食の写真を収集。
- ②イオン店舗にて当社栄養士による、離乳食の進め方・ベビーフードについてのセミナーを実施。対象者の離乳食段階に応じた、当社ベビーフードを配布。
- ③対象者が自宅に配布されたベビーフードを持ち帰り、使用後の商品評価と離乳食に関するアンケートを実施。



図III.2-1 当社栄養士によるイオン店頭でのセミナーの様子

### 3 日越専門家によるシンポジウム開催

#### ■目的

ベトナムの「最初の1,000日の食事・栄養」に関する現状と課題、日本の離乳食に関するガイドに関して、日越の関係者の理解を高め、日本のガイドを参考としたベトナム版離乳実践ガイドの作成に向けた機運を高める。

■日時 2023年9月30日（土）

■場所 Hotel du Parc Hanoi

■主催 ベトナム国立小児病院

■共催 ベトナム小児科学会（VPA）、ベトナム栄養学会（VINUTAS）、JICA、アサヒグループ食品

■後援 在ベトナム日本大使館

#### ■出席者

ベトナム (81名)	保健省、VPA、VINUTAS、ベトナム国立栄養研究所（NIN）、小児・産婦人科の専門家、メディア
日本 (30名)	在ベトナム日本大使館、厚生労働省、JICA、専門家（清水教授、田村教授）、アサヒグループ食品、イオンベトナム、アイ・シー・ネット

#### ■開催にあたっての事前手続き

- ・政令6号に従った上位機関（保健省）への申請／承認取得。
- ・日越50周年事業認定申請／承認取得。
- ・日本大使館後援名義申請／承認取得。

#### ■演題／演者

演題	演者
ベトナム北部山岳地域における2歳未満の子どもと母親のための栄養ケアの実践	Assoc. Prof. Pham Van Phu, ハノイ医科大学、栄養学科准教授
ベトナム南部における最初の1,000日の食事・栄養の現状と課題	Dr. Nguyen Thi Thu Hau, ホーチミン小児病院2、栄養部門長
ベトナムにおける最初の1,000日に向けた取組の方法と状況	Dr. Hoang Thi Ngan, 国立栄養研究所、公衆栄養部門
日本の母子保健に関する施策とガイドライン	清水敏明、順天堂大学小児科教授 日本小児栄養消化器肝臓学会理事長
口腔機能の発達と離乳の進め方	田村文誉、日本歯科大学教授
日本のベビーフードの設計	石井克明、アサヒグループ食品
日本母子保健施設視察ツアーの報告	Dr. Luu My Thuc, ベトナム国立小児病院、栄養部門長



図III.3-1 シンポジウム集合写真



図III.3-2 順天堂大学・清水教授発表（左）



図III.3-3 日本歯科大学・田村教授発表（右）



図III.3-4 アサヒグループ食品・石井発表（左）



図III.3-5 ベトナム小児科学会会長挨拶（右）

#### 4 ベトナム版離乳実践ガイド作成・普及に向けた検討

2023年のシンポジウムにて、ベトナム小児科学会（VPA）会長より、日本の離乳ガイドを参考とした「ベトナム版離乳実践ガイド」を作成すべきとの見解が示された。

ベトナムにおいて、公式なガイドとして作成・普及するため、ベトナム保健省（MOH）母子保健局（MCH）と協議を重ね、作成体制・計画を決定した。

ガイドの作成は、ベトナム国立栄養研究所（NIN）が中心に、国立小児病院（VNCH）等の専門家と共に行い、MCHが保健省承認の手続きを行う。

当社は、ガイド作成・普及において、MCHおよびNINに協力する旨の覚書を締結した。

#### 5 メインセミナーの開催

##### ■目的

日本の離乳ガイドに基づく離乳食指導、当社ベビーフードの実証調査結果を示すと共に、今後のガイド作成・普及計画を周知することで、「ベトナム版離乳実践ガイド」作成・普及と、それに基づくベビーフードの普及に向けて、ベトナムのマルチステークホルダー（行政、アカデミア、民間企業）の理解・協力が得られるようにする。

■日時 2024年9月28日（土）

■場所 Hotel du Parc Hanoi

■主催 ベトナム国立栄養研究所（NIN）

■共催 JICA、アサヒグループ食品

■後援 在ベトナム日本大使館

##### ■出席者

ベトナム (80名)	保健省、VPA、VINUTAS、ベトナム国立栄養研究所（NIN）、小児・産婦人科の専門家、ベトナムのベビー専門店チェーン、メディア
日本 (26名)	在ベトナム日本大使館、JICA、専門家（堤教授、ベトナム在住日本人小児科医・歯科医）、アサヒグループ食品、イオンベトナム、アイ・シー・ネット

##### ■開催にあたっての事前手続き

- ・政令6号に従った上位機関（保健省）への申請／承認取得。
- ・日本大使館後援名義申請／承認取得。

##### ■演題／演者

演題	演者
ベトナムの乳幼児の栄養と食事の現状	TS. Nguyen Duy Son、ベトナム国立栄養研究所
ベトナムにおける日本式離乳食指導の実践について	Dr. Pham Do Uyen、Nutrihome
ベトナムにおける離乳食の実態と日本式ベビーフードの受容性について	石井克明・増田幸子、アサヒグループ食品
ベトナムにおける離乳実践ガイドの作成・普及計画について	Phuong Huynh MD, M.Sc, PhD、ベトナム国立栄養研究所 科学管理部長

日本の「授乳・離乳の支援ガイド」における離乳食の進め方および養育者支援の考え方について	堤ちはる、相模女子大学健康栄養学部、特任教授
---------------------------------------------	------------------------

■ その他

上記発表に先立ち、以下の契約書の署名式を行った。

- ・ベトナム国立栄養研究所とアサヒグループ食品による、「ベトナム版離乳実践ガイド」作成・普及におけるコラボレーション・アグリーメント
- ・VNVC、Nutrihome、アサヒグループ食品による、日本式離乳食指導およびベビーフード販売における MOU



図III.5-1 メインセミナーの集合写真



図III.5-2 Nutrihome・Dr.Uyen 発表（左）



図III.5-3 NIN・Dr. Phuong 発表（右）



図III.5-4 相模女子大学・堤教授発表（左）

図III.5-5 伊藤大使挨拶（右）



図III.5-6 NIN-アサヒの署名式（左）

図III.5-7 VNVC-アサヒの署名式（右）

## 6 養育者向けセミナーの開催

### ■目的

- ・離乳食に関するベトナムの養育者の悩みを直接聴取する。
- ・日本の離乳食の考え方を伝え、それにあつた当社ベビーフードの説明を行うことで、販売に繋げられる可能性を確認する。

### ■日時・場所

2024年9月29日（日）：イオン ロンビエン店（ハノイ）

2024年10月5日（土）：イオン ビンタン店（ホーチミン）

### ■会場

AEON HALL（クローズドな会場：収容人数 150-200名）

AEON COURT（オープンスペース）

■対象 妊婦・6-24か月の子どもを持つ養育者

### ■人数

AEON HALL：各 100-150名を事前招待+当日参加（ハノイ/ホーチミン）

AEON COURT：当日来店者

### ■内容

演題	演者	会場
日本の離乳食の考え方	堤ちはる 相模女子大学 特任教授	AEON HALL
和光堂ベビーフードの特長	増田幸子 アサヒグループ食品・栄養士	AEON COURT
質疑応答	堤ちはる 増田幸子	AEON HALL AEON COURT



図III.6-1 AEON HALL での堤教授による講演（左）



図III.6-2 AEON HALL での当社ベビーフードの試食の様子（右）



図III.6-3 参加者による質問（左）



図III.6-4 質問する参加者（右）



図III.6-5 AEON COURT での堤教授による講演（左）



図III.6-6 堤教授に質問する参加者（右）

## 7 現地製造工場／原材料調達調査

### ■目的

当社商品の現地製造の可能性を確認するために、レトルト製造工場、原材料サプライヤー（野菜、肉、魚、包材）の視察・ヒアリング調査を実施した。

### ■方法

現地商工会議所、アグリジャパンビジネスデスク、現地専門家、日本に進出している包材メーカー、当社既存取引先等からの紹介により、現地製造工場、サプライヤーにコンタクト。現地確認またはヒアリングをした。