

ベビー用品市場の実態と今後の成長

昨今、アジア太平洋地域のベビー用品市場が拡大している。2015年、全世界の売り上げ¹の内、ベビーフード（粉ミルク含む）は49%、紙オムツは23%を占めた。また、2012～2017年のベビーフード市場成長率で、タイ、マレーシア、ベトナムが大きく成長するとの予測がされている。

ベトナムのベビー用品市場拡大の主な要因の1つに、乳児数の増加が挙げられる。2015年、全人口の約6.7%に当たる約615万人が0～3歳児であった（同時期、日本の0～3歳児は全人口の約3.4%、約430万人）。また、女性の社会進出（総労働人口に占める女性の割合は48%）もベビー用品への需要が高まる要因の1つと考えられる。

ベビー用品をベビーフード（粉ミルク含む）、紙オムツ、その他ベビー用品に分けて見てみると、ベトナム国内のベビーフード市場規模は、2017年には約15億ドルになると予想されている。同市場最大規模のVietnam Dairy Products JSC（Vinamilk）は2015年の全ベビーフード売上げの27%を占めている。Abbott、Nestle、Friesland Campina Dutch Ladyなどの外資系企業も同市場で存在感を見せている。

紙オムツもベビー用品市場で大きな割合を占めている。2015年0～3歳児の紙オムツ平均使用枚数は192枚で、単純計算すると、12億枚の紙オムツが使用された計算になる。布オムツより紙オムツ（使い捨て）が好まれ、オムツの総売上の75%が紙オムツとなっている。現在約50のブランドがベトナム国内で販売され、Bobby（Diana Unicharm）36%、Huggies（Kimberly Clark）28%、Pampers（Procter&Gamble）15%が、ベトナム国内のブランドシェアの多くを占めている。

その他ベビーケア用品（ヘアケア、スキンケア、発疹ケアなど）では、都市部を中心に非常に速いスピードで海外ブランドが広まり始めている。最近ではkidplaza.vnやtuticare.comなどのオンラインショップで国内にいながら海外ブランドを購入することができる。国内ベビーケア市場ではJohnson & Johnson（64%）が多くのシェアを占めている。また、消費者の間では（家計に影響しない程度に）製品の品質を重視する傾向見られるようになってきており、Bubchen、Pigeon、Chiccoなどの海外ブランドが消費者の間で知られるようになってきている。

ベトナムのベビーケア用品市場は、オンラインショッピングの拡大や都市部を中心とした高品質な商品への需要の高まりによって、今後さらなる市場拡大が期待される。

参照：

1. Nielsen, "Trends in the baby food and diaper market around the world", 2015
2. Transparency Market Research, "Thailand/Malaysia/Vietnam Baby food and Pediatric nutrition market: Analysis and forecast 2007-2017", 2011

¹ ベビーフード市場 300億ドル、紙オムツ市場 290億ドル



3. Euromonitor, "Baby food in Vietnam", "Nappies - Diapers - Pants in Vietnam", 2015
4. United Nations - Department of Economic and Social affairs (esa.un.org)
5. Phu Nu Viet Nam - Official Newspaper of Vietnam's Women Union

