

近年のベトナムの健康補助食品を

取り巻く環境

ベトナムでは2000年代から機能性食品が輸入されるようになり、同市場は年々着実に成長し続けている。その背景には、所得の上昇に伴い生活水準が向上し、これらの製品を購入する余裕が生まれていること。また、高齢化が急速に進行し、特にコロナ禍以降、身体の健康と免疫力に注意を払う人が増えたことなどがある。一方、現代のライフスタイルや食生活は栄養素が不足する原因となっており、栄養補助食品の必要性が高まっている。これらの製品がもたらす効果がさらに認識されるようになっていき、今後も成長し続けると予想されている。

機能性食品の輸入額（十億 USD）



出典：ICT（HS210690）¹

ICTの貿易統計（図）を見ると、機能性食品の輸入額は年々増加しているが、日本からの輸入額の割合は2～3%と低い水準で推移している。主な輸入先はシンガポール（約24%）、米国（約22%）、マレーシア（約6%）、中国（約5%）、韓国（約5%）。日本からの輸入額は2013年の約840万USDから2022年には約3,360万USDへと増加したが、全体のシェアは2019年に2%を切るなど縮小しながらも2022年には約3%まで拡大している。

次に消費者の意思決定に影響を与える可能性のある規制に目を向ける。EUやASEANには栄養補助食品に関する独自の規制があるものの、日本では栄養補助食品と表示された製品は外観のみでなく製造方法、成分、濃度なども規制の対象外である。このことから、消費者が日本発の機能性食品（[DHC](#)、[オリヒロ](#)、[ユニマツトリケン](#)、[小林製薬](#)、[伊藤園](#)、[第一三共](#)などが広く知られている）の品質に懸念を抱くことも考えられる²。

機能性食品の利用者数は2017年では人口の約21%であったが、2022年末までには60%以上に上昇するなど、機能性食品の役割がより一層確立され、日常生活での利用が広がっている³。ところが、医師から正式に処方されることがないまま主に口コミで利用が広がっている状況に懸念を抱く利用者もいる⁴。また、弊社で利用者の購入意思決定に関する調査（2024年3月）を実施したところ、機能性食品（栄養補助食品を含む）に最も期待する効用は「健康増進」（約75%）、「美貌の維持」（約18%）。商品選択の決め手となるポイントは「家族・友人」（約74%）、「販売業者」（約40%）、「薬剤師」（約26%）からの勧め。「友人」（約40%）を通じて、または「薬局」（30%）から購入されていることが分かった。

最後に政府の方向性に目を向ける。ベトナム保健省・食品安全局（[VFSA](#)）とベトナム機能性食品協会（[VAFF](#)）が参加したセミナー（2022年12月）で同市場の持続的発展の方向性が議論された。2022年の同市場の国産品の割合が60～80%と国内の発展が進むにつれて品質確保と偽造品対策の難しさに直面している⁵。[VFSA](#)の対策としては罰則を設けるのみでなく2021年から2022年にかけて各種媒体（[共産党 Web サイト](#)、Facebook、YouTube、ECプラットフォームなど）で多数の警告を発し、2021年には79の店舗と107の違反品、2022年には1,145の店舗の行政処分を行っている⁶。

ここまで見てきたように、機能性食品は今後も非常に有望な事業分野であるが、メーカーや事業者は管理の仕組

¹ 出典：<https://www.trademap.org/>

² 出典：<https://kilala.vn/van-hoa-nhat/nganh-tpcn-nhat-lao-dao-vi-khung-hoang-cua-kobayashi.html>

³ 出典：<https://imc.net.vn/tin-su-kien/hon-20-nguoi-viet-su-dung-thuc-pham-chuc-nang/>

⁴ 出典：<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/The-thao-Y-te/Thong-tu-52-2017-TT-BYT-don-thuoc-va-ke-don-thuoc-hoa-duoc-sinh-pham-trong-dieu-tri-ngoai-tru-372634.aspx>

⁵ 出典：<https://baochinhphu.vn/thuc-pham-chuc-nang-noi-chiem-60-80-thi-truong-trong-nuoc-102221214152509848.htm>

⁶ 出典：<https://dangcongsan.vn/kinh-te/phat-trien-ben-vung-thi-truong-thuc-pham-chuc-nang-628150.html>

みや製品規制の不整合、そして最も重要な消費者との信頼関係の構築など、課題も散見される状況にある⁷。

⁷ 出典：[https://thesaigontimes.vn/thuc-pham-chuc-nang-manh-dat-](https://thesaigontimes.vn/thuc-pham-chuc-nang-manh-dat-mau-mo-voi-nhieu-rao-can/)

[mau-mo-voi-nhieu-rao-can/](https://thesaigontimes.vn/thuc-pham-chuc-nang-manh-dat-mau-mo-voi-nhieu-rao-can/)

