

ベトナムの健康志向について

岡山県ベトナムビジネスサポートデスク (I-GLOCAL Duong Minh Thuy)

はじめに

現在、ベトナムの成長は著しく、それはあらゆる経済指標からも明白である。1986年のドイモイ政策導入以来、2013年にはベトナムのGDP成長率は東南アジア第2位となる5.4%を達成した。これは国にゆとりが生まれつつあることを意味しており、市民の生活レベルがやっと多少の余裕を実感できるところまで来たのではないだろうか。

人間は生活に余裕ができるると志向が変化し、高くてもより丈夫な車、サービスのいいレストラン・ホテル等、次にその質を求めるようになる。ベトナム人の志向もどんどん変化しているが、その一つとして健康志向があげられると思う。これは、経済だけでなくベトナム社会の現状にも強く影響を受けていると考えられる。中でも連日報道される医療事故や汚染された食品に関するニュースは市民に不安を与え、信じられないような事が日常的に起こっている中、「自分の身は自分で守る」という信念のもと、健康志向が生じているのかもしれない。

I. 健康志向が見られる事例

1. 安全で安心な作物

今まで、ベトナム国内に流通している多くの作物が、中国産や化学肥料を使ったものであったが、近年、街中で安全、安心を謳った作物を販売している店舗が急増している。ダラット（南部）及びモクチャウ（北部）の高原において、日本やシンガポール等先進国の技術で化学肥料を使わずに作られた安全な作物が都市で販売されている。その中でもメジャーなのは Fairfood（3店舗）、Dalat GAP store, Bac tom（4店舗）、Thefood Greenlife（4店舗）等である。



写真：モクチャウ高原の安全な野菜、牛

もちろん、これらの商品は割高ではあるが、店内や包装はきれいで清潔感があり安心できる。これらは立地場所やデザイン、表示されている言語等を見ても外国人向けという訳ではなさそうである。

また、市場文化であるベトナムでも、数年前よりはるかにスーパーマーケットの数が増えている。スーパーマーケットは市場よりももちろん割高であるが、清潔で生産日も表示されており、市場よりは安心感がある。客層もベトナムの一般的な人々が買い物に来ている印象であり、ベトナムの象徴である市場は今後も減少し続けていくものと思われる。

2. スポーツの流行

高度に発達した家電製品と交通機能によって日々の身体活動量は低下し、豊かな食と抱合わせの飽食が慢性化していることから、健康な体を維持するためには、食の安全を気にすること以外にも運動を行うことが必要となってくる。経済発展と共にベトナム人も健康を大切にするようになり、運動・スポーツが流行っている。

こうした需要に応じるように、ハノイ、ホーチミン及びその他大都市ではGYM、YOGA、ダンス等のスポーツジムが急増しており、2013年度にはハノイへ95カ所、ホーチミンへ300カ所がオープンしている。大型スポーツジムとしてはElite Fitness (BIM Group-ベトナム)、California Fitness (アメリカ)、Curves (日本) 等がある。

また、市民の間ではテニス、フットサルのように、娯楽としての運動を行う等、スポーツの多様化とともに、バイクの代わりに自転車や徒歩に切り替える等、運動を意識する人が増えている。下記のデータはホーチミン市の人口とスポーツ人口であるが、スポーツ人口は毎年どんどん増え続けており、今後も増加の一途をたどると予想される。

| 年 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 人口 (千人) | 6086 | 6213 | 6339 | 6465 | 6592 | 6718 | 6844 | 6971 | 7097 | 7223 | 7350 | 7476 |
| スポーツ人口 (千人) | 1297 | 1364 | 1431 | 1498 | 1565 | 1632 | 1699 | 1766 | 1833 | 1901 | 1968 | 2035 |

表：ホーチミン市の人口とスポーツ人口のデータ

3. 健康食品、サプリメントの流行

安全な食品や、健康を維持するための運動への関心とともに、最近では薬の代わりとしての健康食品、サプリメントも流行している。

2008年から外資系の健康食品メーカーの進出が始まり、2013年には1,800企業、10,000製品へと増加し、韓国・中国および欧米からの輸入製品がシェアの40%を占める。なお、日本製品で

は、2012年に健康食品通信販売大手の「やずや」がホーチミンに新店舗をオープンしている。

もともとベトナムは中国からの伝統医療「未病予防」の影響が大きく、病気になって信用できない町の病院に行くより、未然に病気を予防しようという考え方があった。「頭が痛いときは〇〇の葉っぱを煎じて飲みなさい。」等の迷信のような言い伝えは古くからある。よって化学薬品ではなく自然由来の製品で健康を維持することには少しも抵抗がないはずである。そこに少し経済的余裕ができ、庭の葉っぱではなく、多少高価ではあるが信頼性のある健康食品に手を伸ばすようになってきたということだろう。

II. 今後のベトナムの健康産業

日本に比べると、ベトナムの健康産業はまだ未開拓の部分の大きいと思われる。食品の安全という観点からすると、これからは、農業分野での動きがさらに活発化すると予想され、安全な野菜、果物、さらには牛乳等、海外の技術、品種を導入してベトナムを開拓していくチャンスは大きいものがあると考えられる。

多様化するベトナムのスポーツ業界にとって、スポーツ用品、器具の販売は不可欠であるが、専門店ではそんなにスポーツ用品は売ってないようである。また、スポーツ施設の建設もまだまだ増えていくであろうし、それに伴って施設に使用される人工芝、水泳プールの浄化システムあるいはドリンクの自動販売機等の需要も増加していくであろう。

健康産業では、これから健康食品の愛用者はどんどん増加するであろう。特に最近では海外からのファストフード等の影響もあって肥満体型の子供等が目につくことから、ダイエット製品は今後流行すると考えられる。また、経済的なゆとりから、女性の美への意識も高まってきており、小顔用の商品や、美顔、美肌、アンチエイジングのサプリメント等も人気が出そうだ。

まとめ

このようにベトナムの健康産業について考察していくと、これからのベトナムが明るく見えてくる。健康は心と体を豊かにしてくれることから、健康産業の発展は、国民の心と体を豊かにしてくれるであろう。さらに健康産業がますます発展することで体も元気になり、本当の意味で世界一元気な国になりたいものである。

【参考と引用文献】

- (1) Tap chi tai chinh “Tang truong kinh te Viet Nam se duy tri o muc 5,6 – 6,2% (ベトナムの発展率が5.6%～6.2%) ”(2013/9/1)
<http://www.tapchitaichinh.vn/Kinh-te-Dau-tu/Tang-truong-kinh-te-Viet-Nam-se-duy-tri-o-muc-5662/30358.tctc>
- (2) ベトナムの道の駅で「安全野菜」をブランド化 (2013/7/23)
http://www.jica.go.jp/topics/news/2013/20130723_01.html
- (3) Nguoi lao dong News “Rau sach den tung nha (安全野菜が家に届ける)” (2014/2/14)
<http://nld.com.vn/kinh-te/rau-sach-den-tung-nha-20140214210942188.htm>
- (4) Setupgym “Co hoi tiem nang cho dau tu kinh doanh phong tap gym (GYM 室の投資のチャンス)”
<http://setupgym.com/Co-hoi-tiem-nang-cho-dau-tu-kinh-doanh-phong-tap-gym-1854.aspx>
- (5) Vids news “Thị trường thực phẩm chức năng tại Việt Nam (ベトナム健康食品の市場)”ト
(2011/10/19)
<http://www.vids.vn/tin-chi-tiet/thi-truong-thuc-pham-chuc-nang-tai-viet-nam/363.html>