

ベトナム国

ベトナム国
女子工場労働者の栄養改善のための
栄養知識及び栄養食品の
普及・実証・ビジネス化事業
業務完了報告書

2025 年 4 月

独立行政法人
国際協力機構（JICA）

株式会社 明治

民連
JR
25-016

＜本報告書の利用についての注意・免責事項＞

- ・本報告書の内容は、JICA が受託企業に作成を委託し、作成時点で入手した情報に基づくものであり、その後の社会情勢の変化、法律改正等によって本報告書の内容が変わる場合があります。また、掲載した情報・コメントは受託企業の判断によるものが含まれ、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本報告書を通じて提供される情報に基づいて何らかの行為をされる場合には、必ずご自身の責任で行ってください。
- ・利用者が本報告書を利用したことから生じる損害に関し、JICA 及び受託企業は、いかなる責任も負いかねます。

<Notes and Disclaimers>

- ・ This report is produced by the trust corporation based on the contract with JICA. The contents of this report are based on the information at the time of preparing the report which may differ from current information due to the changes in the situation, changes in laws, etc. In addition, the information and comments posted include subjective judgment of the trust corporation.

目次

巻頭写真	i
地図	ii
図表リスト	iii
略語表	iv
案件概要	v
要約	vi
第1 対象国でのビジネス化（事業展開）計画	1
1. ビジネスモデルの全体像	1
2. ターゲットとする市場・顧客	3
3. 現時点で想定する実施体制	5
4. 想定されるリスクとその対応策	6
5. 現時点で想定する事業計画	6
6. 本ビジネスの提案法人における位置づけ	6
7. 本 JICA 事業終了後のビジネス展開方針 ＜非公開＞	7
第2 ビジネス展開による対象国・地域への貢献	8
1. 対象国・地域における課題	8
2. 本ビジネスを通じた SDGs 達成への貢献可能性	8
3. JICA 事業との連携可能性	10
第3 普及・実証・ビジネス化事業実績	12
1. 本事業の目的	12
2. 本事業の成果	12
3. 本事業の実施体制	12
4. 成果の達成状況	13
5. 活動内容実績	17
6. ビジネス展開の見込みと根拠	42
7. その他	42
8. 本事業から得られた教訓と提言	43
参考文献	46
英文案件概要	49
英文要約	50
別添資料	61

巻頭写真



VJCC ホーチミンでのセミナー(2023 年 7 月)



NGO Light での試飲の様子 (2023 年 9 月)



VJCC ホーチミンでのセミナー(2023 年 9 月)



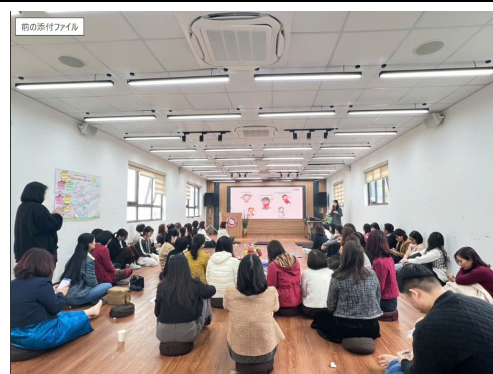
工業団地でのセミナー (2023 年 9 月)



VJCC ハノイでのセミナー (2024 年 6 月)



NGO Light との打合せ (2024 年 6 月)

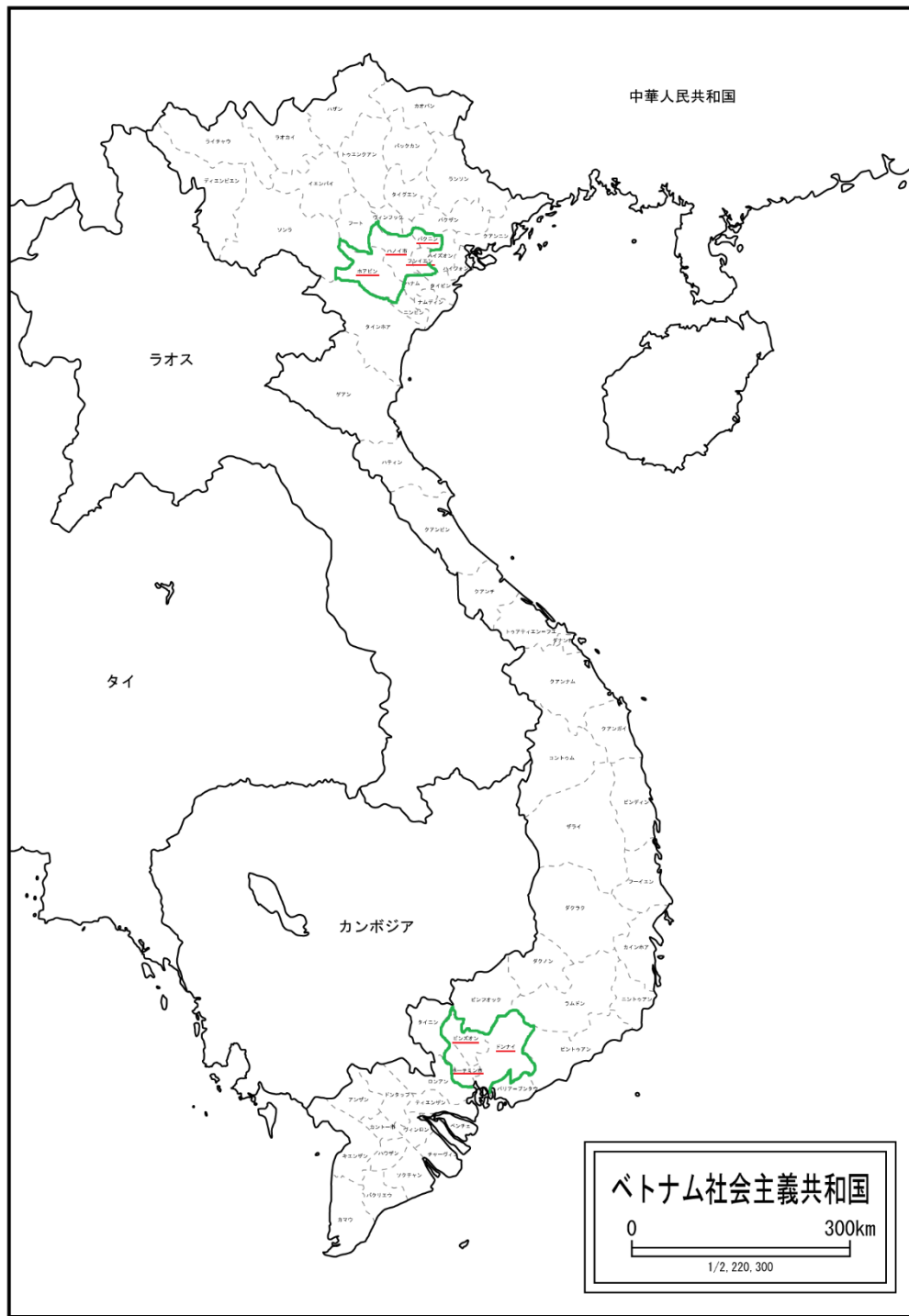


貿易大学でのセミナー (2025 年 2 月)



年齢拡大版ゲーム試行評価 (2025 年 3 月)

地図



出典：白地図専門店 (<https://www.freemap.jp/itemDownload/asia/vietnam/3.png>) を基に提案法人加工

図表リスト

図 1 基本ビジネスモデル図	1
図 2 業務計画時の提案ビジネスモデル図	2
図 3 本事業の実施体制図	12
図 4 栄養士の直接対面での栄養セミナー参加者のバランスの取れた食事についての理解度	14
図 5 栄養改善のための具体的なアクション	14
図 6 オンライン・対面でのセミナーの理解度	16
図 7 体調不良の症状	27
図 8 栄養サプリメントの摂取	27
図 9 バランスの取れた食事についての対面とオンライン参加の違いによる理解度	29
図 10 栄養強化ミルクに対する関心・評価・購買意欲	29
図 11 ゲームの娯楽性について	36
図 12 ゲームの操作性について	36
図 13 ゲームの有用性について	37
図 14 食事のバランスへの関心について	37
図 15 ゲームの拡散性について	38
図 16 年齢分布	39
図 17 ゲームの有用性について（年齢拡大版）	39
図 18 食事のバランスへの関心について（年齢拡大版）	40
表 2 本事業の SDGs への貢献可能性および開発効果	9
表 3 担当業務分担表	13
表 4 健康経営セミナーの開催／内容説明、セミナー協力依頼	21
表 5 栄養セミナーの実績	26
表 6 オンライン栄養ビデオ視聴者の感想	34

略語表

略語	正式名称	日本語名称
AV	Audiovisual	視聴覚
JICA	Japan International Cooperation Agency	独立行政法人国際協力機構
NGO	Non-governmental Organization	非政府組織
NJPPP	Nutrition Japan Public Private Platform	栄養改善事業推進プラットフォーム
SDGs	Sustainable Development Goals	持続可能な開発目標
VJCC	Vietnam-Japan Institute for Human Resources Development	ベトナム日本人材開発インスティテュート
WHO	World Health Organization	世界保健機関

1 USD=154.401000 円
 1 VND=0.006160 円
 (2025 年 2 月 JICA 統制レート)



ベトナム国 女子工場労働者の栄養改善のための栄養知識及び栄養食品の普及・実証・ビジネス化事業
株式会社明治(東京都中央区)

2 健康を
支けに



3 すべての人に
健康と福祉を



ベトナム国保健分野における開発ニーズ(課題)

- ・ 妊娠可能女性の栄養不足による子ども5歳未満児)の発育阻害が高率である。
- ・ 妊娠可能女性は栄養バランスのとれた食事を摂るための知識が不足し、特に低所得層は食事内容の多様性が乏しく、微量栄養摂取が低い。
- ・ 工場勤務者には栄養不足に陥りがちな低所得層女性が多いが、企業の健康経営の取り組みが乏しい。

提案製品・サービス

提案製品: 栄養強化ミルク。1日1杯でカルシウム、鉄、亜鉛等の微量栄養素が1日所要量の概ね1/3摂取が可能となる、低所得者層にも購入しやすいように少量少額で販売する。

提案サービス: ベトナム国家栄養士による当該地域の食文化を踏まえた対面の栄養教育 AV教材、栄養ゲーム。

本事業の内容

- ・ 契約期間: 2022年6月～2025年5月
- ・ 対象国・地域: ベトナム国ハノイ市およびその周辺地域、ホーチミン市およびその周辺地域
- ・ 案件概要: 提案製品・サービスの現地適合性及び優位性を検証する。対象地域の食文化を踏まえた栄養教材の現地適合化・効果検証を行い、ビジネス展開のための情報収集とビジネス展開計画策定を行う。



開発ニーズ(課題)へのアプローチ方法(ビジネスモデル)

- ・ 現地業者を通じた提案製品の販売。
- ・ 主な顧客は工業団地の入居企業とその女子工場労働者。
- ・ ①工業団地入居企業を対象とした栄養を中心に据えた健康経営のセミナー、②入居企業の女性労働者を対象とした栄養に関する啓発教育の実施。

対象国に対し見込まれる成果(開発効果)

- ・ 妊娠可能期女性の栄養改善
- ・ 妊娠可能期女性に必要な栄養知識の普及
- ・ 女性を雇用する企業の生産性向上、健康な労働者の確保

2022年6月現在

要約

I. 案件要約

1. 案件名	(和文)ベトナム国女子工場労働者の栄養改善のための栄養知識及び栄養食品の普及・実証・ビジネス化事業 (SDGs ビジネス支援型) (英文) SDGs Business Verification Survey with the Private Sector for Nutrition Education and Nutrition Fortified Food for Female Factory Workers in Viet Nam
2. 対象国・地域	ベトナム国ハノイ市と隣接する 3 省 (フンイエン省、バクニン省、ホアビン省) およびホーチミン市と隣接する 2 省 (ビンズオン省、ドンナイ省)、追加地域の 3 省 (ハナム省、ハイズオン省 (北部) ロンアン省 (南部))。
3. 本事業の要約	妊娠可能期女性を対象とした栄養改善と生活習慣病の予防に向けた栄養知識の普及を課題とするベトナム国において、JICA「母子健康手帳全国展開プロジェクト」の実施機関である保健省母子保健局との共同での取り組み等を通じて提案企業が食と栄養についての教育を行って、製品の販促と食生活の改善を目指し栄養リテラシーへの改善に貢献する。
4. 提案製品・技術の概要	提案製品：女性向け栄養強化ミルク 350g 缶 妊娠可能期を含め女性に不足しがちな栄養素を強化した粉乳。 提案サービス：ベトナム国家栄養士による当該地域の食文化を踏まえた栄養教育 ①栄養士によるオンサイトのスライドセミナー ②AV 教材 (栄養教育ビデオ) ③栄養バランスチェックゲーム
5. 対象国で目指すビジネスモデル概要	ベトナム保健省傘下の母子保健局と提案法人の傘下のメイジフードベトナム社の共同による母子保健手帳普及プロジェクトや妊娠中の食事と栄養に関する知識普及セミナーを通じて、本事業で現地化した提案サービスを継続活用し、栄養教育 (国家栄養士による集合教育、ベトナム全土へのオンライン教育) を行う。併せて既存の現地流通販売協力企業との B to C 商流ノウハウ、リソース、流通販路を活用しながら、都市部の量販店のみならず地方都市の伝統小売にも供給可能な既存の女性向け栄養強化ミルク 350g 缶を販売し、多くのベトナムの妊娠可能期女性の方にアプローチできる効率的な運用により収益を得る。 当初ビジネスモデルは以下の通り。 ① 女性工場労働者を雇用する企業に栄養改善に関する啓発を行う。 ② 従業員の栄養改善に意欲を示す企業と契約を結び、その職場で女子工場労働者に栄養教育を行う (国家栄養士による集合教育) ③ 契約企業に女性向け栄養強化ミルクを販売し収益を得る。 ④ 契約企業は強化ミルクを従業員に無償提供または販売する。

	⑤ 栄養強化ミルクは低所得の労働者にも購入しやすい個包装品を現地化して廉価で提供する。 上記ビジネスモデルに対し、事業終了時における変更点は以下の通り。 ① 栄養改善に関する啓発はベトナム全土の妊娠可能期女性を対象とする。 ② 母子保健局と契約を結び、医療従事者に栄養教育を行う。 ③ 妊娠期女性に栄養教育を行う（国家栄養士による集合教育） ④ 本事業で現地化した栄養教育教材をオンラインで公開し、広く一般に栄養啓発を図る。 ⑤ 栄養ミルクは個包装品ではなく 350g 缶を現地協力企業を通じてベトナム全土の卸・小売りに販売し収益を得る。
6. ビジネスモデル展開に向けた課題と対応方針	ビジネス展開に向けて取り組むこと 1) 母子保健手帳印刷配布（母子保健手帳普及プロジェクトにて印刷） 2) 母子保健手帳内で、妊婦、乳幼児期の鉄分摂取の重要性の訴求の実施 3) 医療関係者対象の母子保健手帳活用研修会実施 2025 年度はベトナム 6 省にて実施予定(Đắk Lắk 省, Bình Định 省, Vĩnh Phúc 省, Thái Bình 省, Nam Định 省, Phú Thọ 省) ・鉄欠乏性貧血を防ぐための栄養教育 ・イベントブースを設置し、リーフレット配布、商品紹介実施。 4) 妊娠中の食事と栄養に関する知識普及セミナー実施
7. ビジネス展開による対象国・地域への貢献	・貢献を目指す SDGs のターゲット： ・ゴール 2. 栄養改善（ターゲット 2.2）若年女子、妊婦・授乳婦の栄養ニーズへの対応を行う。 ・ゴール 3. 健康（ターゲット 3.2）新生児及び 5 歳未満児の予防可能な死亡を根絶する。 ・ターゲット 2.2：日本式母子手帳の普及と妊娠中の食事と栄養に関する知識の普及による、母子の健康と健やかな育児を支援する。 ・ターゲット 3.2 母子手帳の普及とそれによる育児・栄養情報の普及によりベトナムの小児課題の解決を目指す。 事業を通じて 2030 年までに 65 万人への栄養教育を達成する。将来的には女性栄養事業との融合も図り、各ライフステージの女性の健康課題を「栄養」で解決していく事業へと進化させる。
8. 本事業の概要	
① 目的	女子工場労働者に対する栄養改善の実証とベトナム国に適した栄養知識の普及を通し、提案製品の販売促進に向けたビジネス展開計画案を検討し、女子工場労働者を通じた食生活の改善と生活習慣病の予防を目指す。
② 成果（実績）	成果 1：栄養教育と提案製品の試験配布により、提案製品及び提案サービスの現地適合性及び有効性が検証された。 ・ベトナム人国家栄養士による栄養セミナーを現地化し教育効果を検証し

	た。 ・提案製品（栄養強化ミルク粉）の有効性が査読済み論文として発表された。 成果２：栄養教材が現地化され、提案サービスの効果が検証された。 ・オンライン栄養教育ビデオを現地化しその教育効果を検証した。 ・オンライン栄養ゲームを現地化しその娯楽性、操作性、有用性を検証した。 成果３：広くベトナム国の妊娠可能期女性を対象とした持続可能な栄養啓発の新たなビジネス展開計画が策定できた。
③ 活動内容	【成果１にかかる活動】 1-1：企業セミナー（栄養セミナー協力企業発掘のため）を実施する工業団地を最終選定する。 1-2：1-1 で選定した工業団地において入居企業の幹部を対象に、女子工場労働者の栄養改善と栄養知識普及の必要性を説明し、提案製品紹介及び栄養セミナーの協力を得る。 1-3：1-2 の結果を踏まえ、調査対象企業を選定する。 1-4：調査対象企業における栄養改善に関するニーズ調査を行う。 1-5：調査対象企業に従事する女子工場労働者の生活意識、食生活調査を行う。 1-6：女子工場労働者へ栄養教育と提案製品を提示後、購入意向調査を行う。 1-7：提案製品を継続飲用した女子工場労働者の効果を調査する。 【成果２にかかる活動】 2-1：1-6 で行う栄養教育を通じて、既存の栄養教育教材の内容を改善する。 2-2：南部（ホーチミン市近郊）における食や栄養に係る環境調査を行い、南部向け栄養教育教材を現地化する。 2-3：2-2 の結果を踏まえ、栄養教育教材（スライド・AV 教材・食育ゲーム含む）を現地化する。 2-4：2-3 で作成した栄養教育教材を女子工場労働者へ提示し、効果を検証する。 【成果３にかかる活動】 3-1：成果１と成果２の活動結果をもとに、販売先候補企業の発掘を行う。 3-2：3-1 の結果を分析し、提案製品及びサービスの導入可能性を調査する。 3-3：本事業結果を通し、ビジネス展開計画を策定する。
④ 相手国政府機関	相手国政府機関：該当なし
⑤ 本事業実施体制	提案企業：株式会社 明治 外部人材：アイ・シー・ネット株式会社
⑥ 履行期間	2022 年 6 月～ 2025 年 5 月（ 3 年 0 ヶ月）
⑦ 契約金額	19,930 千円（税込）

II. 提案法人の概要

1. 提案法人名	株式会社 明治
2. 代表法人の業種	[①製造業]
3. 代表法人の代表者名	松田 克也 代表取締役社長
4. 代表法人の本店所在地	東京都中央区京橋二丁目 2 番 1 号
5. 代表法人の設立年月日（西暦）	1917 年 12 月 21 日
6. 代表法人の資本金	336 億 4619 万円
7. 代表法人の従業員数	10,885 名
8. 代表法人の直近の年商(売上高)	9,001 億 2700 万円（2023 年 4 月～2024 年 3 月期）

第1 対象国でのビジネス化（事業展開）計画

1. ビジネスモデルの全体像

（1）現時点で想定されるビジネスモデルの全体像

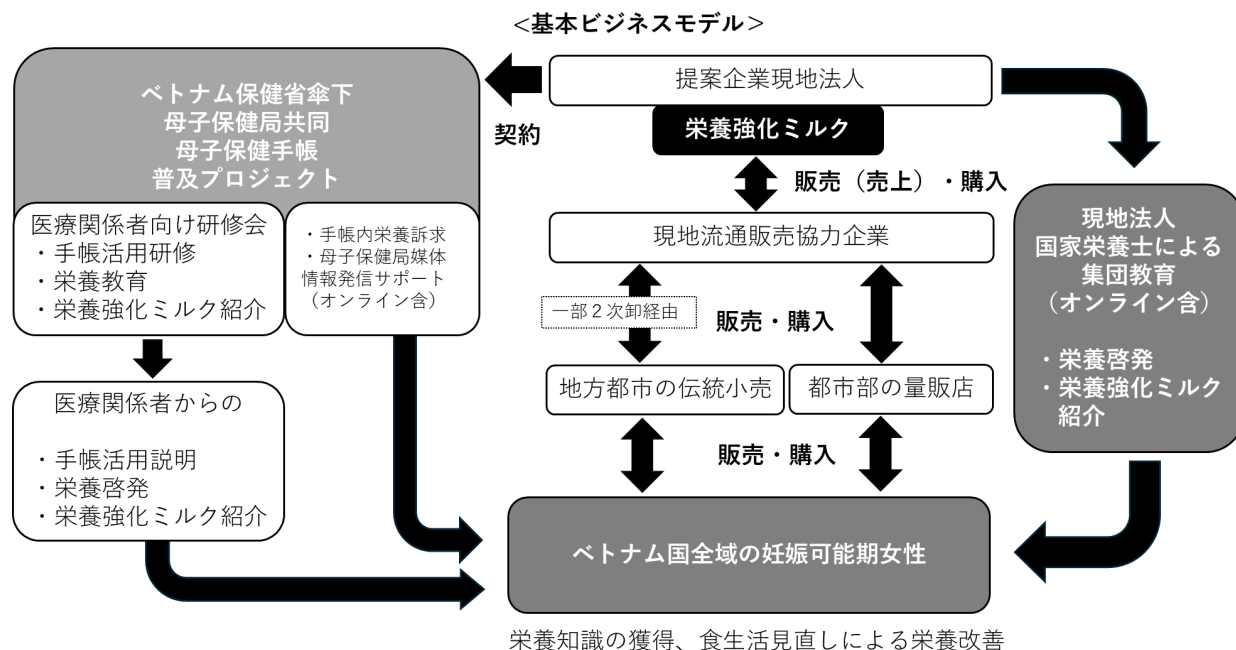


図 1 基本ビジネスモデル図

提案法人の傘下のメイジフードベトナム社が、ベトナム国全域の妊娠可能期女性に栄養強化ミルク 350g 缶を流通販売協力企業を通じて小売販売し代金を得る。ベトナム保健省傘下の母子保健局とメイジフードベトナム社の共同による母子保健手帳普及プロジェクト（医療関係者対象の母子保健手帳活用研修会（2024 年 7 月より開始））や、妊娠中の食事と栄養に関する知識普及セミナー、本事業で現地化した栄養教育教材のオンライン一般公開による栄養啓発を行い、製品の需要を喚起する。

「女子工場労働者の栄養改善のための栄養知識 及び栄養食品の普及」のためのビジネスモデル

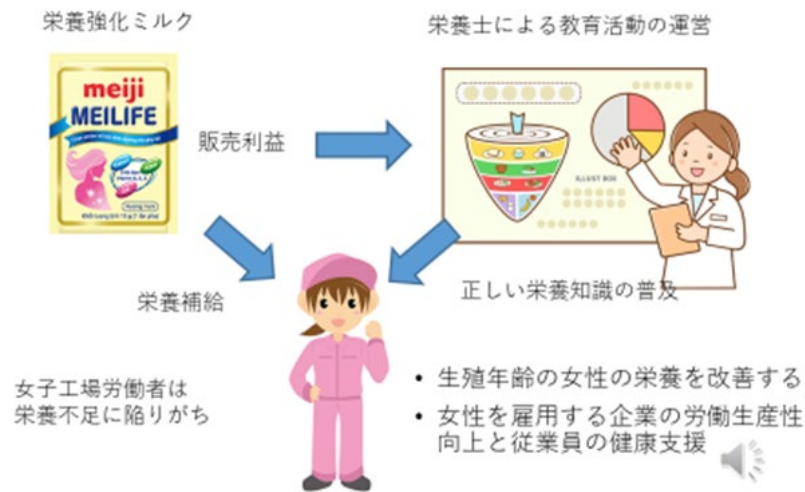


図 2 業務計画時の提案ビジネスモデル図

業務計画時には図 2 のようなビジネスモデルとして以下①～⑤の要素を含むものを想定していた。

- ① 女性工場労働者を雇用する企業に栄養改善に関する啓発を行う。
- ② 従業員の栄養改善に意欲を示す企業と契約を結び、その職場で女子工場労働者に栄養教育を行う（国家栄養士による集合教育）
- ③ 契約企業に女性向け栄養強化ミルクを販売し収益を得る。
- ④ 契約企業は栄養強化ミルクを従業員に無償提供または販売する。
- ⑤ 栄養強化ミルクは低所得の労働者にも購入しやすい個包装品を現地化して廉価で提供する。

調査を遂行していく過程で①について、企業内でのイベント・教育等の決定権を持つ企業経営幹部へのアプローチが想定以上に困難であることが判明した。また②の職場での女子工場労働者への栄養教育（集合教育）についても実施が困難な場合が多いことが判明した（この理由については 9. 本事業から得られた教訓と提言（1）今後海外展開を検討する企業へ向けた教訓 に後述）。一方で実際に栄養教育を受けた受講者の教材コンテンツへの評価は高く、直接受益者たる妊娠可能期女性に栄養教育のニーズがあることが実証された。ところが⑤の栄養強化ミルクについては本調査最終年度の後半に個包装品の供給そのものに課題が持ち上がった（後述）こともあり、個包装品を廉価で持続可能的に供給することが困難な見通しとなった。

このため、ビジネスモデルを以下のように変更する。

- ① ターゲットを、ベトナム国全域の妊娠可能期女性（女性の 7 割以上が労働に参加している）とする。
- ② ベトナム母子保健局（保健省傘下）の母子保健手帳普及プロジェクトを通じた栄養啓発を行う。加えて妊婦の食事と栄養に関する知識普及セミナー、本調査で現地化した栄養教育教材を活用したオンラ

イン栄養教育を行う。

- ・母子保健手帳普及プロジェクトを通じた栄養啓発：

地域の医療従事者（医師・看護師・助産師等）と一部、一般の妊婦に対し、地域の疾病管理予防センターで研修会を実施。

- ・知識普及セミナー：

- 1) 小売店でブースを設置し妊婦に対しセミナー実施
- 2) 産婦人科病院の妊婦対象の母親学級内で主に妊娠後期の女性にセミナー実施

- ③ 栄養強化ミルクは既存フォーマット（350g 缶、19 杯分）のものを既存の B to C ビジネスのノウハウ、リソース、流通販路を活用しつつ販売していく。

（2）本ビジネスに用いられる製品・技術・ノウハウ等の概要

- ・ 提案製品（「明治ママミルク」350g 缶、19 杯分）は妊娠可能期を含め女性に不足しがちな栄養素を強化した粉乳。18g をお湯 100cc に溶かして飲用する。1 日 1 杯でカルシウム、鉄、亜鉛などの微量栄養素が 1 日所要量の概ね 3 分の 1 を摂取できる。1 日 1 杯（妊婦は 1 日 2 杯、授乳婦は 1 日 3 杯）の飲用を勧める。ベトナムの妊娠可能期女子労働者での栄養改善効果が検証されている。
- ・ 国家栄養士を活用した妊娠可能期女性への栄養教育は、本調査事業を通じて現地化・ブラッシュアップしたもので、栄養知識の乏しい受講者に対して栄養バランスのよい食事とその継続摂取の必要性についてスライドを用いて説明する。
- ・ 栄養教育ビデオ（約 10 分）は、本調査で現地化した栄養教育をベースにビデオ化したもので、オンライン上で一般公開して、ベトナム全土に広めることに革新性がある。
- ・ 提案製品と栄養教育をセットにしてターゲットに提供することに比較優位性がある。
- ・ 栄養バランスチェックゲームも、本調査事業で現地化した。対象国でよく摂られている朝食メニュー（70 種類）を選択すると、その栄養成分量と過不足がわかるもので、このようなゲームを一般に公開して広く栄養啓発していくことに先導性がある。
- ・ 本ビジネスを通じて、母子手帳の普及を先導していく。

（3）上記（2）の国内外の導入、販売実績（販売開始年、販売数量、売上、シェア等）＜非公開＞

2. ターゲットとする市場・顧客

（1）ターゲットとする市場の概況

ベトナムの 2025 年の国内総生産(GDP)は 5,060 億 USD(約 79 兆円) と予想されている。また GDP 成長率(2024 年推定値)は+7%超で、周辺地域および世界で最も高い成長率を誇る国の一つとなる見込みで、政府は 2025 年の GDP 成長率目標を+約 8%と設定した。人口は前年比+1.0%増の 1 億 130 万人となり、東南アジア 3 位。都市部の人口が全体の 38.5%、農村部の人口が同 61.5%を占めている¹。

¹ 統計総局(GSO)、2025 年 4 月

妊娠可能期の女性における栄養不足については対象国の保健関係者の間でも広く認識されている（第2 ビジネス展開による対象国・地域への貢献 1. 対象国・地域における課題に詳述）。ターゲットとなる20代と30代女性は合わせて1,500万人以上（2023年）おり、妊婦は毎年150万人出現している。

労働者数は前年比+1.1%増の5,190万人で、国民1人当たりの平均月収は前年比+8.8%増の540万VND(約3万3500円)。労働者の平均月収は770万VND(約48,000円)、都市部が930万VND(約58,000円)、農村部が670万VND(約41,600円)となっている¹。2024年におけるベトナム人の最低限の生活に必要なとされる金額は1人当たり月額180万VND(約11,200円)と推定される。都市部は230万VND、農村部は170万VNDと推定される。貧困世帯割合は2.4%と前年比1.0%pt減少した¹。

（2）本ビジネスに対する現地ニーズ

女性向け栄養強化ミルクは市販品として販売されており一定のニーズはある。本事業による調査で妊娠可能期の勤労女性に栄養教育の潜在的ニーズがあることが明らかとなった。広く妊娠可能期の女性に対し啓発することで、栄養への興味と自分や家族の自発的な栄養改善への意欲を喚起することが可能である。

（3）本ビジネスの対象とする顧客層とその購買力

【対象顧客層】

妊娠可能期女性について、中心となる20代と30代女性だけでもベトナム全土で1,500万人以上（2023年）いる。妊婦は毎年150万人が出現する。

【購買力】

既存の女性向け栄養強化ミルク350g缶の1杯分の単価は約70円であり、製品を毎日飲み続けた場合（1日1杯）で年間約25,000円分となる。これは、世帯可処分所得（年収）が375,000円の家庭の場合、約6.6%に相当するが、乳幼児の発育不良は母親の栄養不足により胎児や受乳児が栄養不足に陥るために起きることから、栄養バランスのよい食生活への理解が高まれば購買意欲は高まっていくと考えている。

ユーロモニター社 Passport2023年によると、ベトナムにおける2025年の世帯可処分所得（年収）の予測推計値の375,000円以上の割合は約40%であり、今後も年々割合は上昇していく予測である。

（4）必要なインフラの整備状況

特に必要なし。

（5）競合する企業/製品/サービス等の状況

【競合する企業】

栄養強化ミルクについて、主要メーカーとして Abbott (Similac mom,)、Mead Johnson (Enfa mama)、Friesland Campina (Friso mum)が参入。ベトナム保健省傘下の母子保健局と母子保健手帳普及プロジェクトに取り組んでいるのは弊社のみ。また弊社本製品には難消化性オリゴ糖の一種であるフラクトオリゴ糖の配合を特長としており、ビフィズス菌が多い腸内菌叢となり腸内免疫の働きを促す。

【競合する製品】

上述の栄養強化ミルクの他に、女性向けサプリメントがある。栄養サプリメントは高価格帯のものが多く、低価格のものは特定の栄養素のみ含有している。また栄養サプリメントは1箱あたりの価格が高いが、弊社の栄養強化ミルクは350g 缶であり、手に取りやすい価格(約 220,000VND = 約 1,350 円)である。

女性向けサプリメント製品情報²

・ Pregnancy & Breast Feeding Gold	637,000VND
・ JpanWell	1,311,000VND
・ BLACKMORES Women's Vitality Multi	586,000VND

【サービス】

栄養啓発ゲームについて、政府が数年前から作成を計画しているとの栄養関係者からの情報はあが、現時点まで完成版は出ていない。

栄養教育については小学校中学年の教科書に栄養ピラミッド図を含め、数ページの記載がある。その後の妊娠までのライフステージにおいて食と栄養に関する教育を受ける機会が広く提供されているかは不明である。

3. 現時点で想定する実施体制

(1) バリューチェーン計画

調達：＜非公開＞

流通：提案法人の傘下のメイジフードベトナム社と現地流通販売協力企業

マーケティング・販売：

＜現地業務従事者、国家栄養士対応＞

- ・ ベトナム保健省傘下の母子保健局と提案法人の傘下のメイジフードベトナム社との母子保健手帳普及プロジェクトの取り組みを両者で協議

＜国家栄養士対応＞

- ・ 医療関係者を対象に母子保健手帳活用研修会を開催
- ・ 妊娠中の食事と栄養に関する知識普及セミナー実施
- ・ 都市部に限定した国家栄養士による集団教育のみならず、ベトナム全土へのオンライン教育も実施。
- ・ AV 教材、食育ゲーム（＝栄養バランスチェックゲーム）を活用した栄養啓発、製品販促

(2) 本ビジネスの実施体制

提案企業の現地業務従事者が母子保健局との母子保健手帳普及プロジェクトの取り組みを両者で協議、契約を結ぶ。国家栄養士資格者が母子保健手帳普及プロジェクトの医療関係者を対象に母子保健手帳活用研修会実施、その他栄養啓発集合教育、AV 教材、食育ゲーム（＝栄養バランスチェックゲーム）の頒布を行う。提案法人の傘下のメイジフードベトナム社が製品を現地流通販売協力企業に販売。現地流通

² JICA 基礎調査 2022 年報告書（和文）(PDF)p.75 より

販売協力企業が（一部２次卸を経由）小売店に販売。

４．想定されるリスクとその対応策

（１）許認可等取得の必要性

供給可能な既存の女性向け栄養強化ミルク製品について、自己宣言手続（当局への事前の販売製品の製品登録申請手続き）により販売可能となっている。

（２）許認可以外のリスク対策 ＜非公開＞

（３）環境・社会・文化・慣習面（ジェンダー、カースト、宗教、マイノリティ等社会的弱者）の対策、配慮

新ビジネスモデルでは、当初ビジネスモデルで想定されたジェンダーの問題（企業内男性労働者への配慮）は生じない。

５．現時点で想定する事業計画

（１）収支計画 ＜非公開＞

（２）収支計画の根拠およびビジネス展開のスケジュール

- ・ 新ビジネスモデルは、提案法人の傘下のメイジフードベトナム社が製品を現地流通販売協力企業に販売。その後現地流通販売協力企業が（一部２次卸を経由）小売店に販売する B to C 商流モデルである。現地流通販売協力企業を通じて店頭販促、販売を行う。なお、ベトナム保健省傘下の母子保健局との母子保健手帳普及プロジェクトの取り組みについては、提案法人の傘下のメイジフードベトナム社と共同で行う。
- ・ 本事業の３年の間、女性向け栄養強化ミルクを活用した栄養教育を継続してきた事でノウハウも蓄積でき、ベトナム国家栄養士の普及活動スキルも向上しており、既存品の当初の売上計画よりも伸長していく計画である。

（３）初期投資額及び投資回収見込時期 ＜非公開＞

（４）資金調達手段の見込み＜非公開＞

６．本ビジネスの提案法人における位置づけ

（１）本ビジネスの経営戦略上における位置づけ

提案企業は「食品を通してお客様の健康な食生活に貢献する」グループ理念のもと、「栄養事業」をコアビジネスとしている。2026 ビジョンでは「海外市場での成長基盤の確立」「健康価値領域での新たな挑戦」「社会課題への貢献」の重点方針に沿って提案事業を通じた企業価値の向上を目指している。提案ビジネスが立ち上がることで、対象国での企業ブランド価値向上とビジネス全般の拡大を図る。

（２）既存のコアビジネスと本ビジネスの関連（活かせる強み等）

コアビジネスである栄養事業において国内外で長年蓄積した栄養指導のノウハウが提案事業に活用できる。外資企業である提案企業がベトナム国における母子保健分野での現地に根付いた活動を続け社会的価値の創出を図る事で、ベトナムの国民からの信頼を得て、コアビジネスである乳幼児向け事業、ひいては企業ブランド価値向上に繋がると考えている。

（３）本ビジネスの社内での検討状況

本事業の社内団員及び海外栄養事業部門とメイジフードベトナム社にて検討し、一部は具体化しつつある。

7. 本 JICA 事業終了後のビジネス展開方針 <非公開>

第2 ビジネス展開による対象国・地域への貢献

1. 対象国・地域における課題

対象国では母子保健は従来からの課題である。対象国では発育障害が 19.3%（2022 年）と依然、高率である³。

2040 年を見据えた国家栄養戦略（2021～2030 年までの 10 年間）には、5 歳未満の子供の貧血は 19.6%。女性の貧血は妊婦 25.6% 非妊婦 16.2%であり、症状発現に至らないビタミン A 不足は 5 歳未満の子供で 9.5%、母乳中のビタミン A が不足している授乳婦の割合は 18.3%、亜鉛不足は 5 歳未満の子供で 58%と極めて高く、妊婦では 63.5%（国家栄養研究所 2020 年調査）、と記載されている。

ハノイ医科大学による 18-35 歳の勤労女性（非妊娠 463 人）の栄養調査でも 3 割近くが貧血で 7.3% が鉄欠乏貧血、亜鉛欠乏が約 7 割、カルシウム欠乏も 1 割強と見積もられた。栄養医師らは栄養改善のための介入が必要だと報告している⁴。保健省傘下の母子保健局では日本式母子手帳普及に取り組んでいる。

2040 年を見据えた国家栄養戦略の一つに、栄養教育と栄養コミュニケーションの強化が掲げられている。インターネットの利用や携帯電話の保有数が増加しており、国民の栄養知識を増やして行動改善するために、ソーシャルメディア含め新たなコミュニケーションのチャネルの活用が可能、としている。

2. 本ビジネスを通じた SDGs 達成への貢献可能性

（1）貢献を目指す SDGs のゴール・ターゲット

ゴール 2：「飢餓をゼロに」（主たる貢献） ターゲット 2.2：「若年女子、妊婦・授乳婦及び高齢者の栄養ニーズへの対処を行う」

・ゴール 3. 健康（ターゲット 3.2）「新生児及び 5 歳未満児の予防可能な死亡を根絶する。」

（2）SDGs への貢献可能性

ゴール 2 とターゲット 2.2 の達成への貢献

上記 1. のとおり、対象国の妊娠可能期女性はエネルギーや栄養素が不足しているが、食事の多様性がますます乏しくなっている。例えば即席ラーメンは 人口 1 人当たり年間 50 食（2015 年）だったものが 80 食超（2023 年）にまで増加している。

すでに栄養知識のあるハノイ・ホーチミンの 2 大都市部の女性に対し、地方都市ではまだまだ栄養知識普及が進んでいない。母子保健局との母子保健手帳普及プロジェクトの取り組みや妊娠中の食事と栄養に関する知識普及のオンラインセミナー実施により、ベトナム全土に広く栄養教育を進めていく事で、多くの妊娠可能期女性に栄養の基礎知識を与え、手軽にバランスのとれた栄養を摂取できる女性向け栄養強化ミルクを紹介することで、家庭でも自発的に栄養改善に取り組み、より健康な生活を送ることができるようになる。

³ Levels and trends in child malnutrition UNICEF / WHO / World Bank Group Joint Child Malnutrition Estimates Key findings of the 2023 edition <https://www.who.int/publications/i/item/9789240073791>

⁴ TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU Y HỌC 29TCNCYH 医学研究雑誌 146 (10) - 2021

これにより、ベトナムの多くの女性の栄養状態が改善されて、SDGs ゴール 2 とターゲット 2.2 の達成に貢献する。

本調査事業で現地化した栄養教育教材（栄養教育スライド/ビデオ/ゲーム）では、インスタントラーメンなどの簡素な食事がいかに栄養に乏しいかが視覚的に理解できるコンテンツとなっている。本調査事業で現地化した栄養教育ビデオや栄養バランスチェックゲームもオンラインで大いに活用して、「2030 年までに 65 万人」への栄養教育を達成する。

栄養強化ミルク粉については、非妊娠勤労女性への栄養教育と栄養強化ミルク粉の毎日 1 杯の提供により栄養改善（血清鉄と血清カルシウムが有意に増加）したとの調査結果を投稿し、査読済み論文として掲載された⁵。

ゴール 3、ターゲット 3.2 への貢献可能性

2029 年までに国家栄養士による集合教育、オンライン教育の視聴により栄養改善に啓発された女性が家族や知人と啓発内容を共有すると、数百万人の国民が栄養改善や食事と健康の関係について意識するようになる。家庭での食生活が改善されることで、低栄養による発育不良や、体力が落ちて感染症や下痢などで死亡する乳幼児が減少してターゲット 3.2 の達成に副次的に貢献する。発育阻害になれば、神経や脳の発達に影響が生じ、将来的には教育や所得の面にも影響を及ぼすこと、発育阻害の女の子が将来出産すれば、生れてくる子どもが発育阻害になりやすいとされている（日本ユニセフ協会）⁶。また、妊娠・授乳中の栄養不足により、子どもが将来いわゆる生活習慣病（非感染性疾患）にかかりやすくなることが知られている。本事業の提案製品は、妊婦・授乳婦の栄養に配慮しており、受益者である女性本人だけでなく次世代の生活習慣病予防にも関わることから、対象国の医療費増加の抑制にも資する側面がある。

表 1 本事業の SDGs への貢献可能性および開発効果

① 投入するリソース	・ 現地業務従事者、国家栄養士 ・ 栄養強化ミルク製品・栄養改善教材・啓発ノウハウ ・ 母子保健手帳普及プロジェクト取り組み費用、オンライン動画制作費用
② SDGs 貢献に向けた活動	1) 母子保健手帳印刷配布 2) 母子保健手帳内やオンライン媒体で、妊婦、乳幼児期の鉄分摂取の重要性の訴求の実施 3) 医療関係者を対象に母子保健手帳活用研修会実施 2025 年度はベトナム 6 省にて実施予定(Đắk Lắk 省, Bình Định 省, Vĩnh Phúc 省, Thái Bình 省, Nam Định 省, Phú Thọ 省) ・ 鉄欠乏性貧血を防ぐための栄養教育 ・ イベントブースを設置し、リーフレット配布、商品紹介実施。 4) 妊娠中の食事と栄養に関する知識普及セミナー実施

⁵ J of Nutri. Sci. and Vitaminology Vol. 70, No. 2, April, 2024,
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jnsv/70/2/70_131/pdf/-char/en

⁶ 日本ユニセフ協会 https://www.unicef.or.jp/cooperate/company/takeda_first1000days/

③ 期待できる短期的効果	国家栄養士による集合教育（オンライン含む） 母子保健局共同製作オンライン教育の視聴 ベトナム国全域の妊娠可能期女性：母子保健局との母子保健手帳普及プロジェクトの取り組みや妊娠中の食事と栄養に関する知識普及のオンラインセミナー実施により、ベトナム全土に広く栄養教育を進めていく事で、多くの妊娠可能期女性に栄養の基礎知識を与え、手軽にバランスのとれた栄養を摂取できる女性向け栄養強化ミルクを紹介することで、家庭でも自発的に栄養改善に取り組み、より健康な生活を送ることができるようになる。それにより、ベトナムの多くの女性の栄養状態が改善されて、SDGs ゴール2 とターゲット 2.2 の達成に貢献する。 また、地方都市ではまだまだ栄養知識普及が進んでいない為、栄養バランスの良い食事とその継続摂取の必要性についての啓蒙が必要となるが、妊娠可能期女性が、公開される栄養バランスチェックゲームを気軽に使用できる環境を作る事により、対象国でよく摂られている朝食メニューの栄養成分量と過不足がすぐにわかり、栄養改善の意識が芽生え広がっていくようになる。
④ 期待できる中長期的効果	ベトナム国全域の妊娠可能期女性： 国家栄養士による集合教育（オンライン含む） 母子保健局共同製作オンライン教育の視聴 ベトナム国全域の妊娠可能期女性の近親者： 2029 年までに国家栄養士による集合教育、母子保健局共同製作のオンライン教育の視聴により栄養改善に啓発された女性が家族や知人と啓発内容を共有すると、数百万人の国民が栄養改善や食事と健康の関係について意識するようになる。家庭での食生活が改善されることで、低栄養による発育不良や、体力が落ちて感染症や下痢などで死亡する乳幼児が減少してターゲット 3.2 の達成に副次的に貢献する。 また、本事業の提案製品は、妊婦・授乳婦の栄養に配慮しており、受益者である女性本人だけでなく次世代の生活習慣病予防にも関わることから、対象国の医療費増加の抑制にも資する側面がある。

（２）波及効果

栄養改善により勤労女性の活力が高まり生産性が向上する。母子以外の家族の健康も改善されて、母子や家族の病気と、それに伴うあらゆる負担が減少する。

３．JICA 事業との連携可能性

１）「ベトナム国栄養士制度普及促進事業」が目指す国民への栄養啓発との連携

JICA は「ベトナム社会主義共和国栄養士制度普及促進事業」（2014 年 4 月～2016 年 3 月）で、対象

国における栄養改善活動や国民への正しい栄養や食品衛生の情報提供活動に重要な役割を果たす栄養士の教育やライセンス制度を創設する事業を行っている。2017 年から国家栄養士が輩出されているが、本提案事業では、ベトナム人栄養士を雇用して栄養啓発の機会を継続的に提供する。この活動を通じて国民に栄養士の存在とその価値が伝えられる。

2) JICA 母子健康手帳全国展開プロジェクトとの連携

ベトナムで母子保健の改善のため全国標準となる母子手帳とガイドラインの完成を支援する JICA のプロジェクトが実施された（2011 年 2 月～2014 年 12 月）。妊娠期女性に対して基礎的な栄養知識の啓発をする本提案ビジネスは、母子手帳の普及事業に貢献する。

第3 普及・実証・ビジネス化事業実績

1. 本事業の目的

女子工場労働者に対する妊娠可能期女性の栄養改善と生活習慣病の予防に向けた、ベトナム国に適した栄養知識の普及を通し、栄養状態の改善と食育を行い、提案製品の販売促進に向けたビジネス展開計画案を検討する。

2. 本事業の成果

成果 1：栄養教育と提案製品の試験配布により、提案製品及び提案サービスの現地適合性及び有効性が検証される。

成果 2：栄養教材が現地化され、提案サービスの効果が検証される。

成果 3：広くベトナム国の妊娠可能期女性を対象とした持続可能な栄養啓発の新らたなビジネス展開計画が策定される。

3. 本事業の実施体制

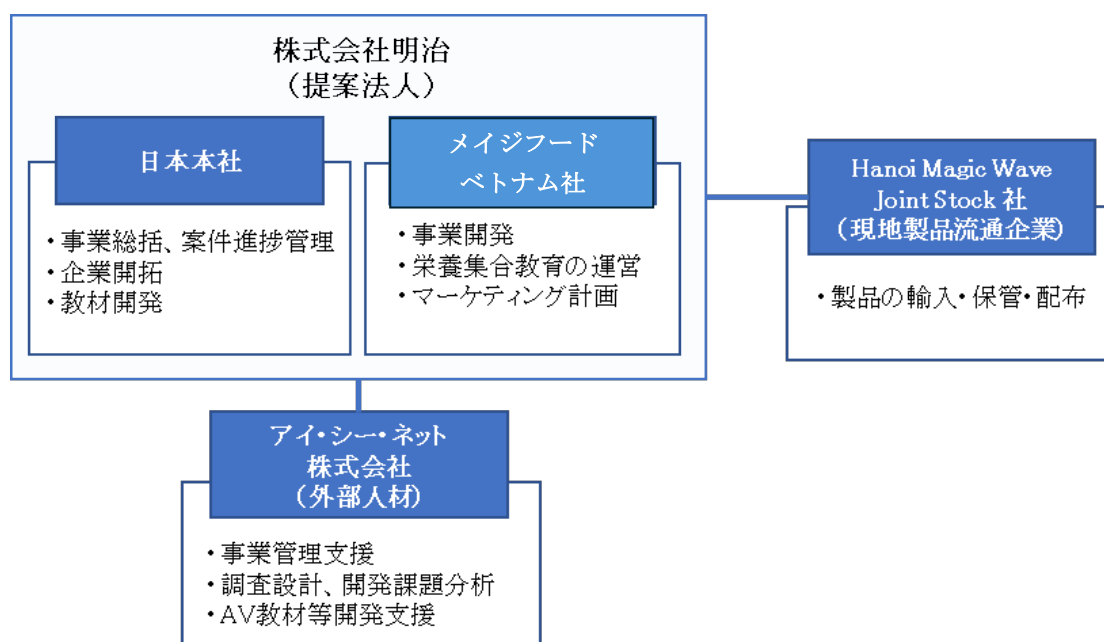


図 3 本事業の実施体制図

表 2 担当業務分担表

主体	担当業務	担当業務詳細
株式会社 明治 (提案法人)	- 業務主任/全体統括 - 企業開拓 - 教材現地化 - 事業開発 - 栄養集合教育運営 - マーケティング	- 事業総括、案件進捗管理 - 工業団地・企業の開拓（工業団地の中で具体的な販売先候補等の獲得） - 栄養教材・教育方法の改善・現地化 - 栄養集合教育の実施・運営 - マーケティング計画策定 - 企業セミナー・栄養教育（提案サービス）の適合性・優位性に関する調査 - 事業開発のための市場環境調査（工業団地の外を含む市場環境の調査）、競合他社/製品調査（一般の小売商品を含む）、提案製品の適合性・優位性に関する調査分析、販売先候補調査、ビジネスモデル・実施体制検証
アイ・シー・ネット株式会社 (外部人材)	- チーフアドバイザー - 調査設計 - 開発課題 - 栄養教育・啓発手法 - AV 教材現地化支援	- 事業管理支援 - 栄養教材・栄養改善効果に関する調査設計 - 栄養教育・啓発の内容・方法の改善・現地化 - 開発課題分析、開発課題への貢献可能性に係る評価 - AV 教材・栄養ゲーム（＝栄養バランスチェックゲーム）の現地化支援
Hanoi Magic Wave Joint Stock 社（現地製品流通企業）	提案製品の物流	製品の輸入・保管・配布

4. 成果の達成状況

成果 1： 栄養教育と提案製品の試験配布により、提案製品及び提案サービスの現地適合性及び有効性が検証される。

< 達成状況 >

(ア) 提案製品の有効性：提案製品が、①栄養改善に有効であるだけでなく、②飲用者の健康や仕事のパフォーマンスの向上にも効果がある可能性が示された。

① 栄養強化ミルク粉の有効性については本事業開始前（2020－2021 年）にハノイ医科大学と行った女子工場労働者の栄養調査において当該栄養強化ミルク粉の継続飲用が栄養改善に有効との結果が得られており、事業開始後に同大学の栄養医師らにより論文投稿され、査

読済み論文として発表された⁷⁾。

- ② 栄養強化ミルク粉を継続飲用した女子工場労働者で、主観的健康感や主観的な仕事のパフォーマンスのスコアが向上するデータが得られた。

(イ) 提案サービスの有効性：

ベトナム人国家栄養士による直接対面での栄養教育について、受講した女子工場労働者の「バランスのよい食事」についての理解度の割合が、セミナー前の 61%からセミナー後の 85%に 24 ポイント増加した。

全体

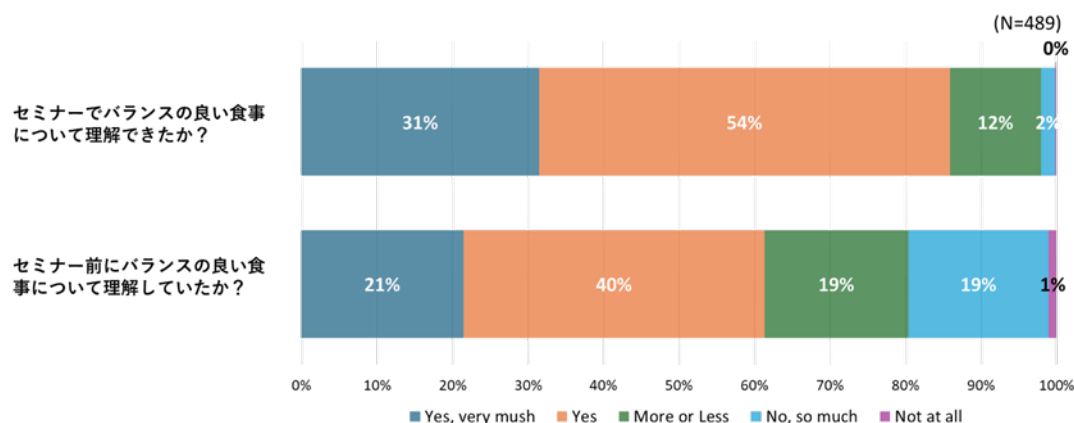


図 4 栄養士の直接対面での栄養セミナー参加者のバランスの取れた食事についての理解度

また今後栄養改善に取り組みたいとする者の割合は全体の 97%に達した。具体的な方法としては、「バランスの良い食事」を心掛けたいと 8 割近くが回答しており、また本提案製品の栄養強化ミルクを含む栄養強化食品の摂取についても 2 割強の参加者が興味を示した。

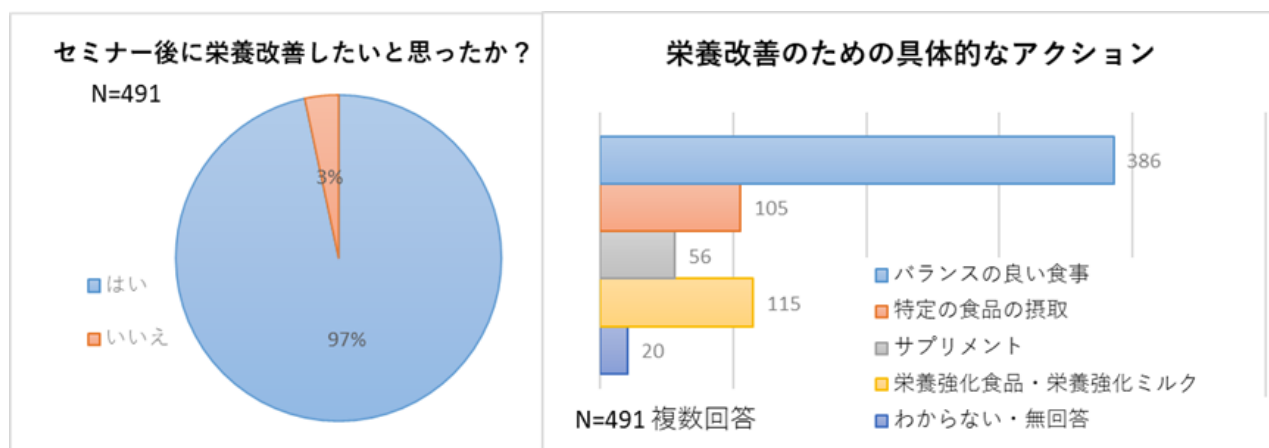


図 5 栄養改善のための具体的なアクション

⁷⁾ J of Nutri. Sci. and Vitaminology Vol. 70, No. 2, April, 2024

栄養教育セミナーの参加者のバランスのよい食事についての理解度の高まりや、栄養改善への関心度の高さから、栄養教育の有効性が示された。

(ウ) 提案サービスの現地適合性：ベトナム人国家栄養士による栄養教育を対面もしくはオンラインで受講した女子工場労働者からは、セミナーに対するネガティブな評価はほとんどなく、むしろ「セミナーで啓発された」、「セミナー開催に感謝する」等のコメントが得られたこと、講師のベトナム人栄養士も受講者の質問や直接耳にした感想などの反応に対して手ごたえを感じていることから、当該栄養教育の現地適合性はある。

(エ) 提案製品の現地適合性：当該栄養強化ミルク粉を試飲した女子工場労働者から、風味に対するネガティブな評価がほとんどないこと、継続飲用調査で飲用を中止した女子工場労働者の割合が低いことから当該ミルク粉自体の現地適合性は低くない。

(オ) 企業幹部向けセミナーの開催

<達成目標> 北部で5カ所、南部で5カ所での実施

<実績> ・北部：5カ所（A工業団地、B工業団地、C工業団地、D工業団地内の2社（N社、T社）、VJCC ハノイ校）で試行済。

・南部：6カ所（E工業団地、F工業団地、G工業団地、H工業団地、J工業団地内I社（レンタル工業団地）、VJCC ホーチミン校）で試行済。

(カ) 栄養改善に関するニーズの把握：学術論文における栄養不良に関するデータ、専門家の見解からニーズを把握した。また、意識の高い一部の経営者は栄養改善の必要性を理解しており、実際に栄養教育や給食メニュー改善など栄養改善のための取組もしていることが経営者からの聞き取りで明らかになった。

(キ) 女子工場労働者の生活意識、食生活調査：栄養教育セミナーへ参加した女子工場労働者470人よりアンケート結果を得た。体調不良を感じる人の割合は7割、牛乳乳製品摂取頻度は、約2割が毎日、6割が週1回、サプリメントの利用は半数弱であることが明らかになった。

(ク) 栄養強化ミルク提示後の購入意向：栄養強化ミルク粉（個包装18g）の長期間連続飲用者への価格調査（4社637人が回答）で、回答者の約2割が栄養強化ミルクに支払える価格は6,000VND以下と回答し、原価を上回る価値を見出していないことが明らかとなった。栄養強化ミルクに支払える価格が6,000VND以上と回答した462人（73%）の平均価格は8,130VNDであった

成果 2： 栄養教材が現地化され、提案サービスの効果が検証された。

＜達成状況＞

栄養教育用 AV 教材、②食育ゲーム（栄養バランスチェックゲーム）を現地化し、それらの現地適合性と有効性が検証される。

① AV 教材（栄養教育ビデオ）

- ・ 栄養教育ビデオの視聴は、対面での栄養教育と比較して同等以上の教育効果がみられた。
- ・ 栄養教育ビデオのオンライン視聴（累計 2,977 件）の前後で「バランスのよい食事」についての理解度が中程度以下の人の数と割合は視聴前 1,432 人(48.1%)で視聴後 168 人(5.6%) に低下した。オンライン視聴後は 2,809 人、94.4%が「理解した」、「よく理解した」と回答した。
- ・ 栄養士の対面によるセミナーでは「バランスのよい食事」についての理解度が中程度以下の人の数と割合はセミナー前は 170 人(37.3%)、セミナー後は 63 人(13.8%)に低下した。セミナー後は 392 人 86.2%が「理解した」、「よく理解した」と回答した。

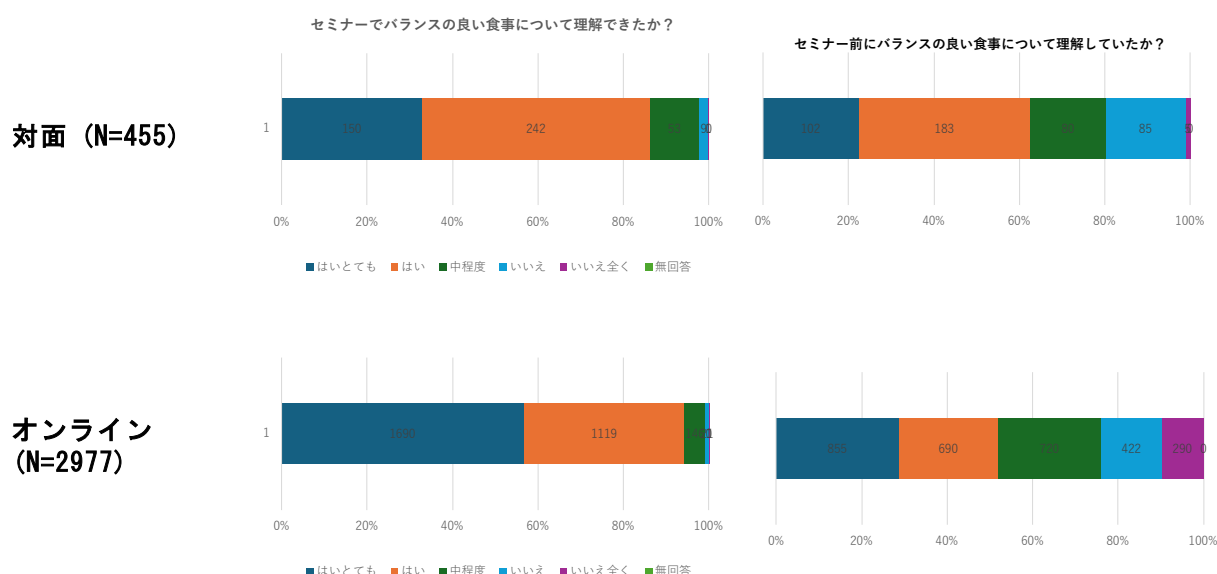


図 6 オンライン・対面でのセミナーの理解度

栄養教育ビデオをオンラインで視聴した労働者からは、ネガティブな評価はほとんどなく、むしろセミナーやビデオで啓蒙された、ビデオ制作・提供に感謝する等のコメントが得られた。

② 栄養バランスチェックゲーム：有用性、操作性、娯楽性について高評価を得た（20 代女性 623 名）。

- ・ 娯楽性について、ゲームが「楽しめた」「とても楽しめた」人は 98%
- ・ 操作性について、「操作が簡単」と回答した人は 85%

- ・有用性について、内容が「参考になった」「とても参考になった」人は98%、
- ・食事のバランスに関心の薄い人の割合は、プレイ前の10.4%がプレイ後に1.3%に減少した。

成果3： 広くベトナム国の妊娠可能期女性を対象とした持続可能な栄養啓発の新たなビジネス展開計画が策定できる。

＜達成状況＞

- ① 成果1と成果2の活動結果をもとに、持続可能なビジネスとしての販売先候補企業の発掘の可能性を検討した。

販売先候補としていた現地企業と実際にコンタクトすることで、社内イベントや従業員の教育に対して決定権をもつ企業経営幹部にとって、栄養教育の必要性の認識が乏しいことが判明した。これら企業幹部へのアプローチも予想したほど簡単ではないことが判明した（詳細は9. 本事業から得られた教訓と提言（1）今後海外展開を検討する企業へ向けた教訓 に記載）。就業時間内に従業員を全員参加させての栄養啓発の実施が可能な施設や実施の意向をもつ企業数は相当少ないものと見積もられ、当初事業計画での年間48社での栄養士による栄養啓発教育の実施は困難であると判断した。

- ② 持続可能なビジネスとしての提案製品及びサービスの導入可能性を検討した。

本事業で現地化したAV教材については、栄養士による対面セミナーの代替として教育効果に遜色ないことから、同じく本事業で現地化した栄養バランスチェックゲームと併せてベトナム全土にオンラインで導入展開していく仕組みを検討していくこととした。

- ③ 本事業で現地化した提案サービスを活用し、広くベトナム国の妊娠可能期女性を対象とした持続可能な栄養啓発の新たなビジネス展開計画を策定した。

提案製品について、当初の個包装18g品の長期安定供給の見通しが不透明となるという状況の変化が生じたこともあり、市販缶入り350g品について、広くベトナム国の妊娠可能期女性を対象とした持続可能な栄養啓発のビジネス展開計画を策定した。

5. 活動内容実績

（1）活動内容

【成果1にかかる活動】

- 1-1：企業セミナー（栄養教育セミナーの協力企業発掘のため）を実施する工業団地を最終選定する。
- 1-2：1-1で選定した工業団地において入居企業の幹部を対象に、女子工場労働者の栄養改善と栄養知識普及の必要性を説明し、提案製品紹介及び栄養教育セミナーの協力を得る。
- 1-3：1-2の結果を踏まえ、調査対象企業を選定する。

- 1-4：調査対象企業における栄養改善に関するニーズ調査を行う。
- 1-5：調査対象企業の女子工場労働者の生活意識、食生活調査を行う。
- 1-6：女子工場労働者へ栄養教育と提案製品を提示後、購入意向調査を行う。
- 1-7：提案製品を継続飲用した女子工場労働者の効果を調査する。

【成果2にかかる活動】

- 2-1：1-6で行う栄養教育を通じて、既存の栄養教育教材の内容を改善する。
- 2-2：南部（ホーチミン市近郊）における食や栄養に係る環境調査を行い、南部向け栄養教育教材を現地化する。
- 2-3：2-2の結果を踏まえ、栄養教育教材（スライド・AV教材・食育ゲーム（＝栄養バランスチェックゲーム）含む）を現地化する。
- 2-4：2-3で作成した栄養教育教材を女子工場労働者へ提示し、効果を検証する。

【成果3にかかる活動】

- 3-1：成果1と成果2の活動結果をもとに、販売先候補企業の発掘を行う。
- 3-2：3-1の結果を分析し、提案製品及びサービスの導入可能性を調査する。
- 3-3：本事業結果を通し、ビジネス展開計画を策定する。

（2）活動実績

調査対象地域は当初のハノイ市、フンイエ省、バクニン省、ホアビン省、ホーチミン市、ビンズオン省、ドンナイ省に、ハナム省、ハイズオン省（北部）ロンアン省（南部）を追加し、現地渡航8回実施した。

女性工場労働者を雇用する企業向けに栄養改善に関する啓発セミナーを実施するために工業団地運営企業と交渉して北部4カ所、南部6カ所の工業団地でセミナー実施の許可を得た。また、VJCC（ベトナム日本人材開発インスティテュート）ホーチミン校及びハノイ校からセミナー開催の協力を得た。

北部の工業団地3カ所で企業幹部向けセミナーを開催（計14社参加）、VJCCハノイ校にて、経営塾卒業生（ベトナム人経営者）対象にセミナーを開催した。このほかに北部工業団地入居企業2社の幹部に栄養啓発を行った。南部の工業団地5カ所とVJCCホーチミン校で企業の幹部の啓発セミナーを開催した。企業セミナー参加企業を中心に60社余に栄養セミナー開催を呼びかけた。

北部5社とNGO1カ所にて労働者に対する栄養教育セミナーを行った。栄養の基礎知識について普段の食事を例に引きながら説明した。南部では対面ではなくオンラインの栄養セミナーを南部の2社で実施した。そのほか2社で栄養セミナーのオンラインデモンストレーションを行った。

北部5社での労働者へのアンケート調査（N=455）で、「バランスの良い食事」についての理解度はセミナー前→後で62%→86%（よく理解しているは22%→33%、理解しているは40%→53%）に増加した。一定の効果が認められ、栄養教育スライドを最終現地化した（南部向け現地化は不要と判断した）。栄養セミナー後に「バランスの取れた食事」について理解したと回答した割合は、対面では86%、オンラインでは83%で、大差がないことがわかった。対面のセミナーで提案製品の試飲を北部4社で実施し結果はおおむね好評であった。提案製品について6割以上が栄養を評価し、また半数以上が関心を示した。実際

に買いたいと回答したのは五割強に達した。

本事業で調査した工場労働者の約 7 割が過去 3 か月以内に体調不良を経験しており、約 4 分の 1 が月経痛、めまい、疲れやすいといった懸念を抱えていた。ハノイ医科大学・同病院の医師らによる現地企業従業員の栄養状態と栄養改善に係る論文（後述）によると、職場における栄養強化ミルクを含む給食と栄養教育の提供は女子労働者の栄養不足を減らし栄養状態を改善した報告されている。提案商品の毎日 1 包 6 週間飲用前後で女子労働者（89 名）の主観的な健康感の平均スコアと主観的な仕事パフォーマンスの平均スコアが上昇した。

栄養教育スライドに栄養士の映像・発話をつけたパワーポイント教材を作成しオンライン動画サイト上で限定公開した。南部 1 社で従業員への栄養教育ビデオ配信を行った。北部 1 社の女性従業員（2000 名）に対して栄養教育ビデオのオンライン配信を行った。栄養教育ビデオの視聴による教育効果（栄養バランスへの関心の惹起・増進）については、栄養士による対面セミナーと同等以上とみられた。

オンライン栄養バランスチェックゲームの現地化について現地メニュー 74 品を掲載し 20 歳代の非妊娠女性を対象に有用性、操作性、娯楽性について高評価（623 名）を得た。さらに 15 歳から 51 歳の非妊娠女性を対象を拡大したオンライン栄養バランスチェックゲームを現地化し、この年齢拡大版ゲームの有用性、操作性、娯楽性についても高評価（20~50 代女性 41 名）を得た。

本事業結果とビジネス環境の変化を踏まえてビジネスモデルの再検討を行い、その展開計画を策定した。

<成果 1 に係る活動>

活動 1-1:企業セミナー(栄養教育セミナーの協力企業発掘のため)を実施する工業団地を最終選定する。

(達成目標)

セミナーを実施する工業団地が決まる

<活動結果の実績>

北部 4 カ所、南部 6 カ所の工業団地でセミナー実施の許可を得た。

また、VJCC ベトナム日本人材開発インスティテュートホーチミン校及びハノイ校からセミナー開催の協力を得た。

<実施内容>

●工業団地との交渉

後出表 3 に取りまとめた。

・ベトナム工業団地への日本企業誘致のために開催された「2022 年業界別ベトナム最新概況と現地工業団地セミナー」(Sufex Trading 社、在大阪ベトナム総領事館・商務部主催(2022 年 12 月 5-7 日東京会場)に出席し、工業団地運営会社 2 社や仲介業者とのコネクションを得た。

<北部>

・O 工業団地（北部・ハナム省）管理事務所を訪問（2022 年 11 月 3 日）した。

<南部>

・J 工業団地運営会社（南部・ドンナイ省）を訪問(2023 年 5 月 24 日)して、企業セミナーの開催を依頼した。J 工業団地運営会社（南部・ドンナイ省）からセミナー開催許可を得た。

・H 工業団地運営会社（南部・ロンアン省）からセミナー開催許可を得た。

- ・G 工業団地運営会社（南部・ドンナイ省）と健康経営セミナー開催に向けて交渉を行った。
- ・K 工業団地運営会社（南部・ドンナイ省）を訪問して、企業セミナーの開催を依頼した。

●工業団地以外との交渉

<北部>

- ・P 社（北部・L 工業団地内の日系化成品製造）を訪問(2022 年 7 月 27 日)し栄養セミナー開催に向けた交渉を行った。
- ・ハノイ市内の NGO で生活の質向上、健康増進及び社会的に恵まれない人への支援を行う Viện Phát triển sức khỏe cộng đồng Ánh Sáng(通称 LIGHT)を訪問（2022 年 11 月 2 日）し、代表 Nguyễn Thu Giang 医師（Ph.D）と面会して、ベトナムにおける栄養教育・栄養食品の普及に関する意見交換を行い、事業概要やセミナーについて説明し、都市労働者に向けた栄養セミナー開催の許可を得た。
- ・VJCC ベトナム日本人材開発インスティテュートハノイ校から VJCC 経営塾の卒業生（ベトナム人経営者・幹部）向けの健康経営セミナーの開催の協力を得た。開催(2024 年 6 月 22 日)を VJCC が告知、参加登録を行った

<南部>

- ・VJCC ホーチミン校を訪問（2023 年 3 月 7 日）して企業の紹介を依頼した。VJCC 経営塾の卒業生（ベトナム人経営者・幹部）向けの健康経営セミナーの開催(2023 年 7 月 22 日予定)に向けた詳細打合せを実施した（2023 年 5 月 23 日）。
- ・VJCC ホーチミン校を訪問して 2 度目のベトナム人経営者・幹部向けの健康経営セミナーの開催の調整を実施した（2023 年 9 月 16 日）。

活動 1-2：1-1 で選定した工業団地において入居企業の幹部を対象に、女子工場労働者の栄養改善と栄養知識普及の必要性を説明し、提案製品紹介及び栄養教育セミナーの協力を得る。

(達成目標)

セミナー1～2 工業団地×2 言語（註：ベトナム語・日本語）×2 回/週の実施。ハノイで 5 カ所、ホーチミンで 5 カ所での実施

<活動結果の実績>

- ・ハノイとその周辺の工業団地 3 カ所（A 工業団地、B 工業団地、C 工業団地）で企業幹部向けセミナーを開催済（14 社から二十数名参加）。
- ・VJCC ハノイ校にて、経営塾卒業生（ベトナム人経営者）対象にセミナー試行。
- ・ホーチミン周辺の工業団地 5 カ所（E 工業団地、F 工業団地、G 工業団地、I 社（J 工業団地内のレンタル工業団地）と VJCC ホーチミン校で企業の幹部向けセミナーを開催済。
- ・工業団地でのセミナー開催に準じる活動として、①ハナム省の工業団地 1 カ所（D 工業団地）の入居企業 2 社を訪問して栄養教育セミナー実施への協力を呼び掛けた、②ハノイ市内の NGO（LIGHT 社）を訪問して、都市在住の労働者向けセミナーの開催を呼び掛けた。

表 3 健康経営セミナーの開催／内容説明、セミナー協力依頼

地域	省市	工業団地/企業/機関	実施内容	実施内容	対面/ オンライン	参加社・者数	実施日
北部	フンイェン省	B 工業団地	セミナー開催済		対面	8 社 18 人	2022 年 7 月 28-29 日
北部	ハノイ市	A 工業団地	セミナー開催済		対面	4 社	2022 年 11 月 4 日
北部	ビンフック省	C 工業団地	セミナー開催済		対面	2 社	2023 年 3 月 2 日
北部	ハナム省	N 社 (O 工業団地内)	セミナー内容説明		対面	人事部長ら 3 人	2022 年 11 月 3 日
北部	ハナム省	T 社 (O 工業団地内)	セミナー内容説明		対面	社長含め 2 人	2022 年 11 月 3 日
北部	ハナム省	O 工業団地		セミナー協力依頼	対面	(→入居企業 2 社を個別訪問)	2022 年 11 月 3 日
北部	ハノイ市	A 工業団地		セミナー協力依頼	対面	ディレクター1 名	2024 年 6 月 26 日
北部	ハノイ市	VJCC (ベトナム日本人材開発インスティテュート) ハノイ校	セミナー開催済		対面	13 社 23 人	2024 年 5 月 22 日
南部	ビンズン省	E 工業団地	セミナー開催済		対面	3 社 6 人	2023 年 3 月 8 日
南部	ドンナイ省	F 工業団地	セミナー開催済		対面	6 社 10 人強	2023 年 3 月 9 日
南部	ドンナイ省	G 工業団地	セミナー開催済		対面	3 社 5 人	2023 年 5 月 25 日
南部	ロンアン省	H 工業団地	セミナー開催済		対面	2 社 2 人	2023 年 5 月 26 日
南部	ドンナイ省	I 社 (J 工業団地内)	セミナー開催済		対面	23 社 37 人	2023 年 9 月 14・15 日

南部	ドンナイ省	F 工業団地		セミナー協力依頼	オンライン	(入居企業の定例会議中に実施)	2023 年 2 月 16 日
南部	ドンナイ省	G 工業団地		セミナー協力依頼	オンライン	(入居企業会でのスライド上映)	2023 年 4 月 18 日
南部	ドンナイ省	Q 社 (K 工業団地内)	セミナー内容説明		対面	人事部長	2023 年 7 月 19 日
南部	ロンアン省	R 社 (H 工業団地内)	セミナー内容説明		対面	社長	2023 年 5 月 26 日
南部	ビンズン省	S 社	セミナー内容説明		対面	社長以下 6 名	2023 年 3 月 6 日
南部	ドンナイ省	J 工業団地		セミナー協力依頼	対面		2023 年 5 月 24 日
南部	ドンナイ省	I 社 (J 工業団地内)		セミナー開催打合せ	対面	レンタル工業団地運営会社	2023 年 9 月 14・15 日
南部	ホーチミン市	VJCC (ベトナム日本人材開発インスティテュート) ホーチミン校	セミナー開催済		対面	7 社 10 数人	2023 年 7 月 22 日
			セミナー開催済		対面	4 社 5 人	2023 年 9 月 16 日

<実施内容>

[工業団地管理会社関係]

前出表 3 参照。

<北部>

- ・ハノイ、フンイェン省、ビンフック省の日系工業団地 3 カ所（A 工業団地、B 工業団地、C 工業団地）で企業幹部向けセミナーを開催した（各団地の入居企業から数社が参加）。
- ・VJCC ハノイ校にて、経営塾卒業生（ベトナム人経営者）対象にセミナー試行（13 社から 23 名参加）。
- ・D 工業団地（ハナム省）では、入居企業へのセミナー開催案内の一斉配信や各企業のメールアドレスの開示はできないものの、一部入居企業の電話番号の提供については可能とすることで、工業団地でのセミナー開催に準じる活動として、同工業団地の入居企業に電話して調査の説明や協力要請を試みたところ 2 社から訪問許可が得られ N 社（自動車部品メーカー、3,400 人、女性は 93%）と T 社（楽器製造約 50 名、女性多数）の幹部・スタッフ各 3 名と 2 名に健康経営と栄養に関するセミナーを行い調査への協力を要請した（2022 年 11 月 3 日）。
- ・A 工業団地（ハノイ市内）を訪問（2024 年 6 月 26 日）し企業セミナー開催の可能性、入居企業定期連絡会議での企業セミナー短縮版の紹介の可能性について協議した。
- ・VJCC ハノイ校にて、経営塾卒業生（ベトナム人経営者）対象にセミナー 1 回試行（2024 年 6 月 22 日）（13 社の 23 名がアンケート回答）。VJCC ホームページで紹介⁸。

<南部>

- ドンナイ省 3 か所（F 工業団地、G 工業団地、J 工業団地内の I 社（レンタル工業団地）、ビンズン省 1 か所（E 工業団地）、ロンアン省 1 か所（H 工業団地）の工業団地にて企業幹部向けの健康経営セミナーを試行した（37 社 60 人強参加）。
- ・セミナーの開催に先立ち F 工業団地（ドンナイ省）では入居企業の定例集会（2023 年 2 月 16 日）にオンライン参加して企業幹部向けセミナー開催の案内を行った。G 工業団地の入居企業会（日系 11 社が加入）の定例集会にて調査協力を要請するスライドショーを上映いただいた（2023 年 4 月 18 日）。賛否が分かれたとのことだが、企業幹部向け健康経営セミナーの開催許可をいただいた。
 - ・VJCC ホーチミン校にて企業幹部向けセミナー 2 回開催（2023 年 7 月と 9 月）（11 社 20 名参加）、JICA ホームページ、VJCC ホームページで紹介⁹。

⁸ <https://vjcc.org.vn/tin-tuc-noi-bat/vien-vjcc-phoi-hop-voi-meiji-to-chuc-hoi-thao-quan-tri-suc-khoe-va-cai-thien-dinh-duong-cho-nhan-vien-nu-danh-cho-cac-doanh-nghiep-viet-nam.html>

⁹ <https://www.vjcchcmc.org.vn/ja/news/meijiseminar/>

活動 1-3 : 1-2 の結果を踏まえ、調査対象企業を選定する。

(達成目標)

ハノイで 6 社、ホーチミンで 6 社の対象企業の選定

＜活動結果の実績＞

＜現地＞

- ・企業セミナー参加企業や飲用モニター調査協力企業 50 社余に栄養セミナー開催を呼びかけた。
- ・現地関係者の紹介で調査事業に関心を持った企業 10 社余に栄養セミナー開催を呼びかけた。
- ・Q 社（南部・ドンナイ省 K 工業団地内、日系衣料品製造、女性 3,000 人以上）と栄養教育について交渉を行い、まずは管理職向けにオンラインセミナーを 5 月上旬に試行することで合意した。同社を訪問（2023 年 7 月 19 日）して、ビデオ配信による従業員の栄養教育について打合せた。（過去に栄養センターによる栄養教育（有償）を試みたが 50 人しか受講しなかったとのこと）。イントラネットでパワーポイント教材の配信の示唆あり。同社から、栄養教育ビデオ貸与を求められ、貸与した(2023 年 8 月)。昼食時間中に投影したのであまり集中して視聴している様子ではなかったとのことである。
- ・R 社(南部・ロンアン省 H 工業団地内、日系縫製、約 120 名、女性大多数)工場長を訪問(2023 年 5 月 26 日)し健康経営セミナーの内容を説明し、栄養セミナー開催を打診した。
- ・U 社（南部・7 月の VJCC ホーチミン校でのセミナーに参加、栄養教育の普及に関心）を訪問（2023 年 9 月 12 日）し、栄養教育セミナーの開催を呼びかけた。
- ・O 社（北部）と、栄養教育セミナー開催に向けて交渉を行った(2023 年 8 月)。
- ・過去に栄養教育セミナーを行った V 社（北部）からリピート要請があり、栄養バランスチェックゲームの評価との抱き合わせが可能か提案したが回答なし。

＜日本＞

- ・JICA 主催のベトナム企業経営者とのビジネス交流会（東京、2024 年 5 月 17 日）に参加し、従業員の栄養教育に関心を示す 4 社（H 社、W 社、X 社、Y 社）と面談した。

1-4 : 調査対象企業における栄養改善に関するニーズ調査を行う。

(達成目標)

労働者の健康・栄養状態や、企業が求める食や栄養の改善に関わるニーズの把握

＜活動結果の実績＞

- ・ハノイ医科大学、ハノイ医科大学病院の医師らによる現地企業従業員の栄養調査に係る論文（末尾に英文サマリー、抄訳を掲載）を入手した。
- ・S 社(南部・ビンズン省)を訪問(2023 年 3 月 6 日)し意見交換を行った。同社代表は栄養

教育に意欲的だったが、栄養セミナーを受けたスタッフは栄養セミナーの全社での実施の必要性は高くないと後日連絡があった。

- ・ R 社(H 工業団地内在)の日本人工場長(2023 年 5 月 26 日)を訪問し意見交換を行った。栄養の重要性は認識しており、過去には給食でミルクも出して好評だった(現在は現金支給)。提案商品による栄養改善に関心あり栄養教育はよいことだが繁忙期のセミナー開催は難しい(閑散期(10 月頃)なら可能性あり)とのこと。
- ・ C 工業団地での健康経営セミナー(2023 年 3 月)の参加者より、会社が出す無料の給食を工員が持ち帰って子供に食べさせるため工員が栄養不足となっているとの由。
- ・ ベトナム主婦の料理習慣調査結果記事をベトジョーニュース「データでわかるベトナム」記事から入手した。
- ・ ベトナム人のミルク飲用習慣レポートの概要を Q&Me ベトナムマーケットリサーチから入手した。
- ・ ベトナム人 1 人当たりの年間牛乳消費量は 27L、年平均+8%成長(ベトジョーニュース 2022 年)なので 73ml/人/日となる。アンケート(後述)では 6 割の女子工場労働者が週一回以上牛乳を飲んでいるので、牛乳を習慣的に飲んでいる女子工場労働者は 121 ml/日程度は摂取しており、これは提案商品を 100cc の水で溶かした後の体積(113 ml)と同程度である。牛乳の摂取量は今後も増加していくことが期待できる。

1-5：調査対象企業の女子工場労働者の生活意識、食生活調査を行う。

(達成目標)

栄養教育を受ける前の、女子工場労働者の生活意識、食生活調査の結果・分析

<活動結果の実績>

- ・ 現地渡航時に対面の栄養セミナーを北部の 3 社(Z 社、P 社、LIGHT 社)で試行、別に対面の栄養セミナーを北部の 3 社(A 社、V 社、O 社)で行った。
- ・ 栄養セミナーのオンラインデモンストレーションを南部 2 社(S 社、Q 社)で試行。
- ・ オンラインの栄養セミナーを南部の 2 社(U 社及び B 社)に対して試行。

<実施内容>

- ・ Z 社(北部・日系医療器具メーカー2,200 人、女性 1,950 人、ハノイ市A工業団地内)を訪問し、対面で栄養セミナー試行(2022 年 7 月 26 日、22 名が就業時間外に自主参加)。栄養セミナーを現地メンバー(メイジフードベトナム社の団員、通訳、国家栄養士のチーム)が追加開催(2023 年 8 月 9 日、34 名が就業時間外に自主参加)。
- ・ P 社(北部・日系化学メーカー、355 人、女性 90 人、ハノイ市L工業団地内)を訪問して対面で栄養セミナー試行(2022 年 7 月 27 日、近隣の同社別工場からの参加も含め全体で 34 名)

- ・ A 社（北部・日系電子機器メーカー、女性 295 名）で現地メンバーが対面の栄養セミナーを試行（2022 年 9 月 23 日、38 名）。
- ・ ハノイ市内の NGO(LIGHT)の集会所にて、都市労働者を対象に対面で栄養教育セミナーを試行（2023 年 2 月 26 日）した(65 名が参加)。ハノイ市内の集会所にて都市労働者に対して食生活調査のアンケートを実施した（55 名回答）
- ・ V 社(北部・日系電子情報機器メーカー、4,000 人、女性 3,000 人)で対面の栄養セミナー（85 名参加）、前後に電子アンケート調査を試行した（2023 年 3 年 24 日）。
- ・ Q 社（日系衣料メーカー）と栄養教育について交渉を行い、管理職を中心にオンラインセミナー・アンケートを試行した（2023 年 5 月 5 日）。17 名参加(男性含む)
- ・ U 社及び B 社の南部 2 社にオンラインの栄養セミナー（9 名参加）、前後に電子アンケート調査を試行した。（8 人回答）（2023 年 11 月 16 日）
- ・ O 社（北部・ハノイ市内、A 工業団地内）にて栄養士が対面で栄養教育セミナーとアンケート調査を実施した（2023 年 8 月 22 日）。女性 294 名/298 名から回答。

生活意識、食生活調査結果

女子工場労働者の生活意識、食生活調査は、栄養教育セミナーの開始前にアンケートを取った。食事の内容、乳製品やサプリメントの摂取、体調などについて質問をした（別添 5）。アンケートを実施した栄養教育セミナーの実績は以下の通り。

表 4 栄養セミナーの実績

企業名	企業所在地/セミナー会場	セミナー方法	日程	参加者数	試飲
Z 社	北部 A 工業団地	対面	2022/07/26	22	試飲あり
Z 社	北部 A 工業団地	対面	2022/08/09	34	試飲あり
P 社	北部 L 工業団地	対面	2022/07/27	34	試飲あり
A 社	北部 B 工業団地	対面	2022/09/23	38	後日試飲
都市労働者 (NGO LIGHT)	北部ハノイ市内	対面	2023/02/26	65	試飲あり
V 社	北部 A 工業団地	対面	2023/03/24	85	試飲あり
Q 社	南部	オンライン	2023/05/05	17	なし
O 社	北部 A 工業団地	対面	2023/08/22	298	なし
U 社 ほか計 2 社	南部ホーチミン市内	オンライン	2023/11/16	9	なし

・ 体調不良：約 7 割の回答者が何等かの体調不良の問題を抱えており、月経痛、めまい、疲れやすいといった症状は約 4 分の 1 の人が懸念している。

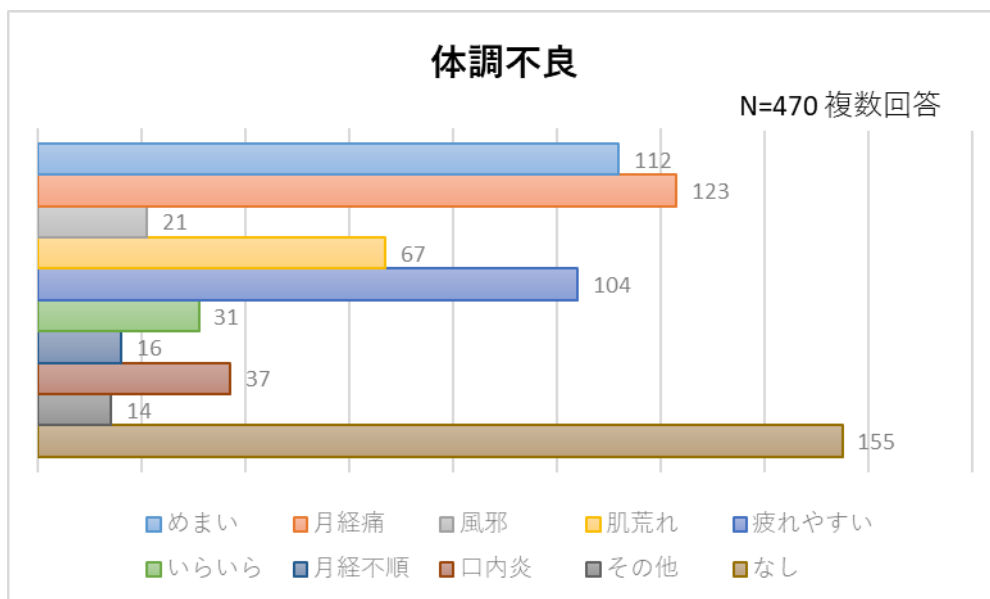


図 7 体調不良の症状

- ・栄養サプリメントの摂取：回答者の半数弱がマルチビタミン、カルシウム、鉄分などを取っていることが分かった。

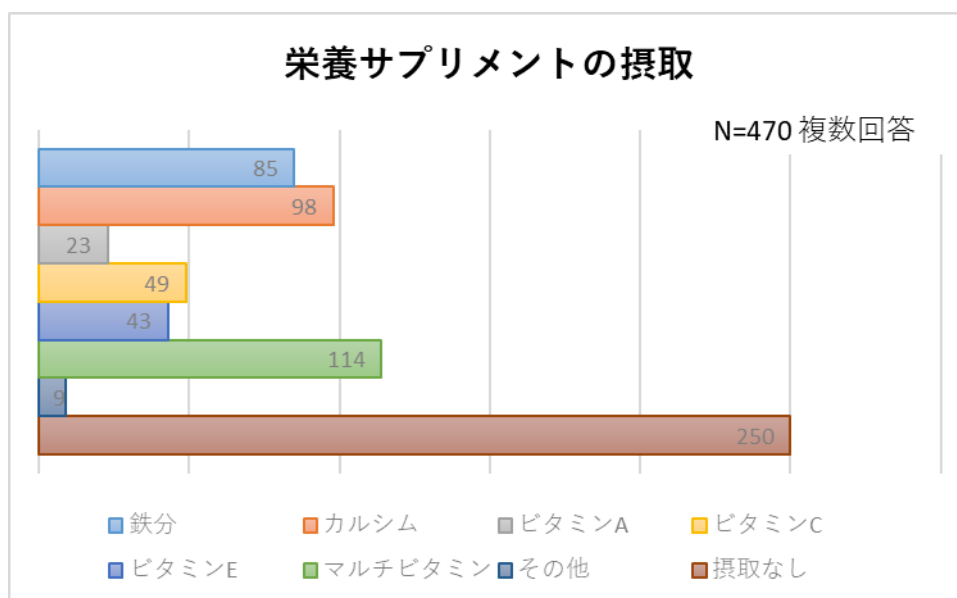


図 8 栄養サプリメントの摂取

- ・乳製品の摂取：牛乳、粉ミルク、ヨーグルト、チーズ、その他の乳製品についてその頻度を分析した。牛乳を週1回以上摂取している人は6割、うち毎日摂取している人は2割弱いた。

- ・ 牛乳を摂取する理由：「健康に良いから」が一番多く、次に「妊娠・授乳」のため、ほぼ同じ回答数で「好きだから」という結果になった。

1-6：女子工場労働者へ栄養教育と提案製品を提示後、購入意向調査を行なう。

(達成目標)

栄養教育の実施：1社あたり20～100人、北部6社、南部6社以上。栄養教育を受けた女子工場労働者の提案製品への関心、栄養改善の理解についての調査結果（を得る）

<活動結果の実績>

栄養教育はセミナー方式で、栄養の基礎知識、成人女性の健康に影響がありかつ不足しがちな栄養素として、カルシウム、タンパク質、鉄分、亜鉛について、それらを含む食品について、また普段の食事を例にした栄養バランスについて説明した（別添7）。

- ・ Z社（ハノイ市A工業団地内）での栄養セミナー時に提案製品の試飲を実施（2022年7月26日、22名、試飲拒否者含む（ミルクが好きでない、ミルクを飲む習慣がない等、が理由）試飲者の風味評価はおおむね好評。対面での栄養セミナー追加開催（2022年8月9日、34名）。
- ・ P社（ハノイ市L工業団地内）で栄養セミナー時に提案製品の試飲を実施（2022年7月27日、34名）風味についてはおおむね好評。
- ・ A社で栄養セミナーを試行（2022年9月23日、38名）。別途提案製品を提供し試飲を実施。
- ・ （2023年2月26日）ハノイ市内のNGO(LIGHT)の集会所にて、都市労働者対象の栄養教育セミナー時に試飲を実施（55名回答、飲用拒否者含む）
- ・ O社（ハノイ市内、A工業団地内）にて栄養士が対面で栄養教育セミナーとアンケート調査を実施した（24年8月22日）。女性294名/298名から回答。

購入意向調査結果

購入意向調査は栄養教育セミナーの直後に参加者にアンケートにより、栄養改善への理解と試飲をした場合は、提案製品への関心を質問した（添付資料参照）。

セミナー理解度：栄養セミナーの対面とオンラインの実施方法による参加者の理解度を比較した。セミナー後の「バランスの取れた食事」について理解したと回答した割合は、対面では86%、オンラインでは83%の参加者が理解できたと回答しており、大差がないことがわかった。

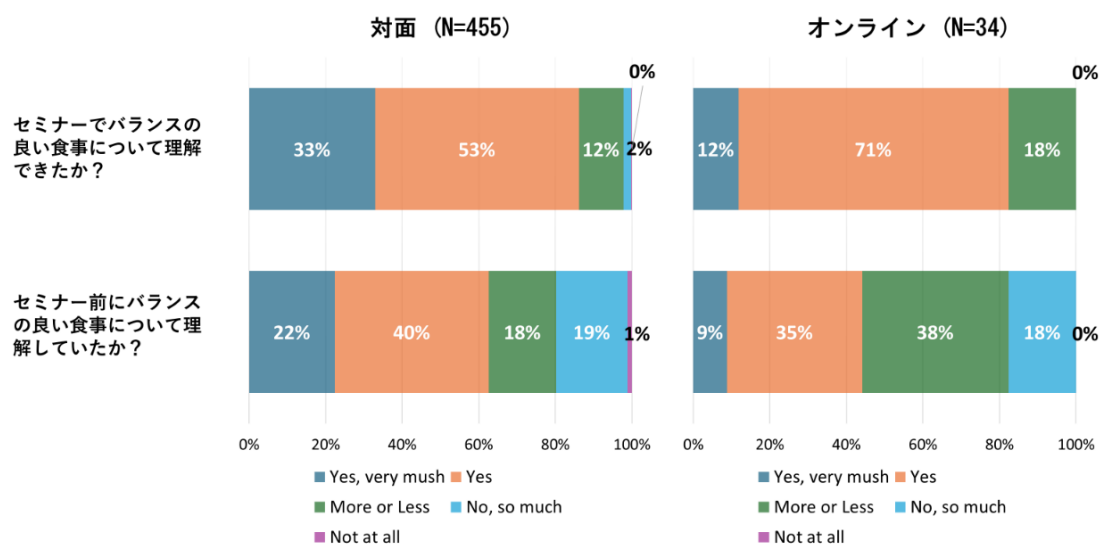


図 9 バランスの取れた食事についての対面とオンライン参加の違いによる理解度

栄養強化ミルクへの関心：より具体的に、本提案製品の栄養強化ミルクについての関心、栄養評価、購買意欲を尋ねたところ、6 割以上が栄養を評価し、また半数以上が関心を示した。実際に買いたいと回答したのは 54%に達した。

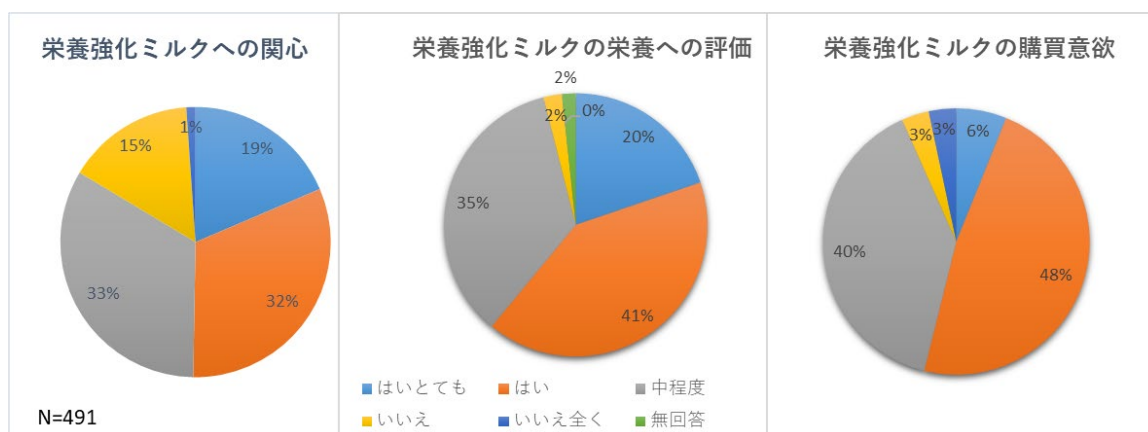


図 10 栄養強化ミルクに対する関心・評価・購買意欲

・栄養士対面のセミナーで試飲を北部 4 社で実施した（Z 社、P 社、Light 社、V 社）。試飲の結果はおおむね好評であった。

活動 1-7：提案製品を継続飲用した女子工場労働者の効果を調査する。

(達成目標)

効果調査結果を得る

<活動結果の実績>

飲用調査に協力した会社のモニタリングを現地法人(メイジフードベトナム社)が実施した。

<実施内容>

提案商品の飲用調査について、企業セミナーや訪問企業で継続飲用調査への協力を呼び掛けた。5 社がエントリーした。

(調査方法)

- ① 各社に対して、飲用ボランティアが、主観的な健康感の評価(10 点満点で最低が 1 点)、主観的な仕事のパフォーマンス評価(同じく 10 点満点)を含むアンケートに記入するよう依頼。
- ② アンケート記入者に提案商品を 1 パック/日、連日 6 週間(または 8 週間)の飲用を依頼。
- ③ 飲用期間終了後、同じアンケートに記入依頼。
- ④ アンケートから、飲用前後の主観的健康感スコアと主観的な仕事のパフォーマンススコアを比較した。

(結果)

提案商品の毎日 1 包 6 週間飲用をお願いしたボランティア(北部製造企業女子従業員 89 名)の飲用前後で

- ・ 主観的な健康感の平均が 7.47 点から 7.85 点に上昇し、
- ・ 主観的な仕事パフォーマンスの平均点が 7.64 点から 8.09 点に上昇した。

また

- ・ 主観的な健康感が 10 点または 9 点の人数は、14 人から 23 人に増加し、
- ・ 主観的な仕事パフォーマンスが 10 点または 9 点の人数は、19 人から 35 人に増加した。

(示唆)

- ・ 旧暦正月休み(2023 年 1 月 20 日開始)までに飲用を終わらせることが大前提であったが、飲用開始までの調整に手間取って飲用前アンケートが間に合わない企業があった。
- ・ もともと主観的スコアの高い企業ではスコアの伸びしろが小さいため、短期の飲用では変化が出にくいようである。
- ・ 今回、ボランティア数の少ない企業でも実施したが、人数が少ないと個人の特殊事情等による影響が強く出る可能性が大きいので、まとまった人数のところでやるのがよい。

ハノイ医科大学、ハノイ医科大学病院の医師らによる現地企業従業員の栄養状態と栄養改善に係る論文(J of Nutri. Sci. and Vitaminology Vol. 70, No. 2, April, 2024 オンライン掲載)を入手した。英文サマリー(末尾に掲載)によると、職場における栄養強化ミルクを含む給

食と栄養教育の提供は女子労働者の栄養不足を減らし栄養状態を改善したとの報告が確認された。

＜成果 2 に係る活動＞

活動 2-1：1-6 で行う栄養教育を通じて、既存の栄養教育教材の内容を改善する。

(達成目標)

栄養教育教材の最終版作成

＜活動結果の実績＞

栄養教育スライドに関して、これまでの使用で特に問題は生じていない。また、栄養教育教材を使用する栄養士に教材の改善の要望を尋ねたところ特に改善の要望はない。

活動 2-2：南部（ホーチミン市近郊）における食や栄養に係る環境調査を行い、南部向け栄養教育教材を現地化する。

(達成目標)

南部向けの栄養教育教材の完成

＜活動結果の実績＞

ホーチミン市内の Hoan My Sai Gon 病院栄養部 Tran Thi Minh Hanh 医師（PhD）を訪問（2023 年 5 月 23 日）し、同医師が編集長でホーチミン市国家大学が出版した冊子 Thành Phần Dinh Dưỡng Các Món Ăn Đường Phố Phổ Biến（南部で人気のストリートフードの栄養成分）の 2021 年改訂版を入手した。また、栄養教材の南部向け手直しについて渡航時に直接関係者（JICA 職員、栄養医師、企業社員、通訳等）から必要性の聞きとりをおこなったところ、南部の発音、単語に配慮した AV 教材の手直しの必要性は低いとみられた。ハノイ（北部）・ホーチミン（南部）では南部の料理も北部の料理も提供されている。南北の味付けの違いは画像では反映されないので考慮不要と判断した。

活動 2-3：2-2 の結果を踏まえ、栄養教育教材（スライド・AV 教材・食育ゲーム（＝栄養バランスチェックゲーム）含む）を現地化する。

(達成目標)

スライド、AV 教材、食育ゲーム（＝栄養バランスチェックゲーム）の完成

＜活動結果の実績＞

スライド・AV 教材

栄養教育スライドに栄養士の映像・発話をつけたパワーポイント教材を作成した。オンライン動画サイト上で限定公開した。

栄養バランスチェックゲーム

- ・ 20 歳代の非妊娠女性に対象を限定し、メニュー 74 品を掲載したオンライン栄養バランスチェックゲームを現地化した。
- ・ 20 歳代を含む 15 歳から 51 歳の非妊娠女性に対象を拡大したオンライン栄養バランスチェックゲームを現地化した。

(実施内容)

AV 教材

- ・ オンラインヘルスケアアプリ企業 (HASU 社) 創業社長と、ベトナムにおける栄養教育・栄養食品の普及に関する意見交換をおこなった (2022 年 11 月 2 日)。
- ・ VJCC の経営塾卒業生 (現地企業幹部) 対象のセミナーにて、動画教材を紹介した。参加企業数社から動画教材が欲しいとの要望があった。
- ・ 動画教材に関しては、遠隔からでも重たいサイズの動画ファイルのやり取りをせずに動画教材を利用できるように、オンライン上での限定公開の準備を整えた。

栄養バランスチェックゲーム

- ・ 栄養バランスチェックゲームについて、食事の栄養バランスチェックを行うゲームとする方向で、現地教育ゲーム制作業者 (D 社) を訪問し、代表と情報交換を行った。同社代表は、従業員の栄養教育についても関心あり。
- ・ Hoan My Sai Gon 病院 栄養部 Tran Thi Minh Hanh 医師 (PhD) を訪問し、栄養教材現地化への協力を要請し、同医師が編集長として編纂した料理栄養本の栄養成分数値について同医師から利用許可を得た。
- ・ 栄養バランスチェックゲームの製作に向け、委託先候補を 3 社 (ソリマチベトナム有限会社、C 社、D 社) 選出し、各社と仕様定義や予算に関し、複数回打合せを行った。打合せを踏まえて、対象を限定 (20 歳代非妊娠女性) しメニューを 74 品に絞り込んだ試作版として最終仕様を決定した。ソリマチベトナム社に委託し、栄養バランスチェックゲームを制作した。PC、タブレット、スマートフォンの各種ブラウザからアクセス可能で、ベトナムの朝食メニューに対応したベトナム語版栄養バランスチェックゲームが完成した (<https://thanhphandinhduong1.com>)。
- ・ E 社 (北部・ハイズオン省) 人事部に動画教材を紹介した (2024 年 6 月 25 日)。従業員による栄養教育ビデオと栄養バランスチェックゲームのオンライン調査に協力いただくことになった。従業員にオンライン接続を周知するポスターを作成提示した。
- ・ 栄養バランスチェックゲームの有用性、操作性、娯楽性について高評価 (20 代女性 600 名) を得た旨ホアンミーサイゴン病院のミンハン栄養医師に説明、栄養データの取り扱い、調査結果の論文化について協議した (2024 年 12 月 12 日)。
- ・ 栄養バランスチェックゲーム (年齢拡大版) の有用性、操作性、娯楽性について貿易

大学職員、国家大学外国語大学職員、M 工業団地にて実施した（アンケート回答 41 名）。

2-4：2-3 で作成した栄養教育教材を女子工場労働者へ提示し、効果を検証する。

(達成目標)

栄養教育教材を通じた効果（理解度、関心度など）の調査結果

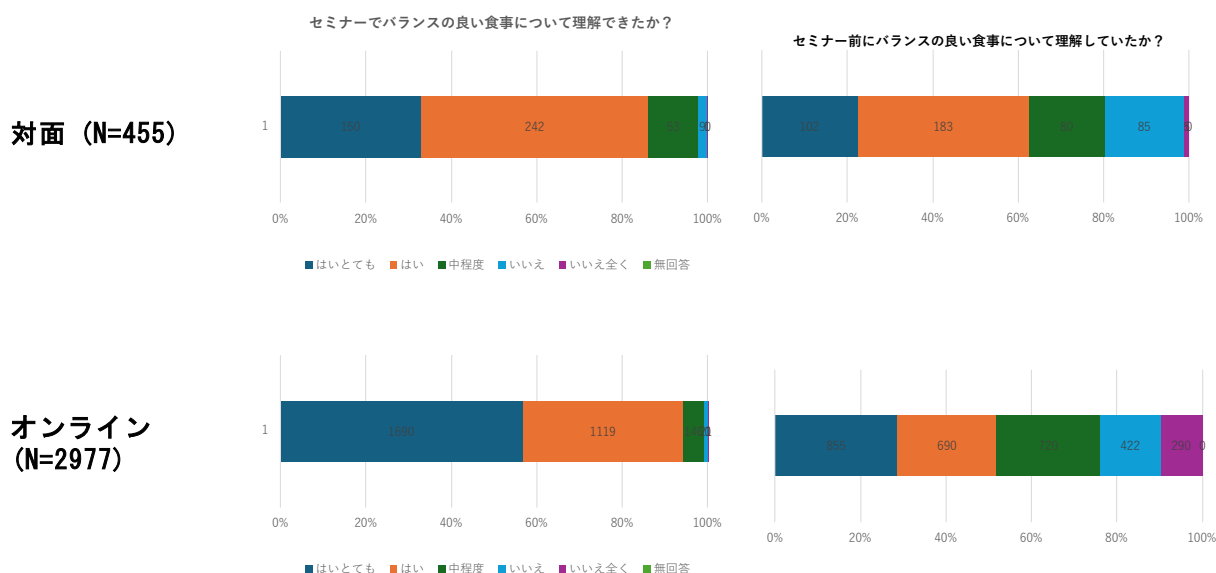
＜活動結果の実績＞

- ・ 栄養教育ビデオの視聴による教育効果（栄養バランスへの関心の惹起・増進）については、栄養士による対面セミナーと同等以上とみられた。
- ・ 栄養バランスチェックゲームの有用性、操作性、娯楽性について高評価（20 代女性 623 名）を得た。
- ・ 栄養バランスチェックゲーム（年齢拡大版）の有用性、操作性、娯楽性についても高評価（20~50 代女性 8 名）を得た。
- ・ オンライン栄養教育について、北部ハノイの栄養士が南部の企業（S 社）幹部に zoom を通じて講義デモンストレーションし企業幹部がオンラインでアンケート回答したが特段の不具合はなかった。
- ・ A 工業団地が入居企業向けに開発中のオンラインサービスが、栄養教育コンテンツの配信手段として活用できないか工業団地と検討を行ったが、オンラインサービス自体が低調であることから現状では難しいという結論となった。

(実施内容)

- ・ 栄養士による対面栄養セミナーのオンライン化について試行した。北部ハノイの栄養士が南部の企業（S 社）幹部に zoom を通じて講義デモンストレーションした。
- ・ 栄養士対面のセミナーを開催した北部 5 社（Z 社、P 社、Light 社、V 社、O 社）でのアンケート調査（N=455）で、「バランスの良い食事」についての理解度はセミナー前後で 62%→86%（よく理解しているは 22%→33%、理解しているは 40%→53%）に増加した。
- ・ E 社（北部・ハイズオン省）を訪問（2024 年 6 月 25 日）し、女性従業員（6,000 名超）に対する栄養教育ビデオのオンライン視聴と栄養バランスチェックゲームの評価を依頼した。
- ・ E 社で栄養教育ビデオのオンライン視聴（10 月）、累計 2997 件。
- ・ オンライン視聴前後で「バランスのよい食事」についての理解度が中程度以下の人の数と割合は、視聴前 1,432 人(48.1%) が 視聴後 168 人(5.6%) に低下した。オンライン視聴後は 2,829 人、94.6%が「理解した」、「よく理解した」と回答した。

- 一方、栄養士の対面によるセミナーでは「バランスのよい食事」についての理解度が中程度以下の人の数と割合は セミナー前は 170 人(37.3%)、セミナー後は 63 人(13.8%)に低下した。セミナー後は 392 人 86.2%が「理解した」、「よく理解した」と回答した。



- 今後栄養改善に取り組みたいと回答した人は 96%で、オンラインでの栄養教育ビデオの視聴は、対面での栄養教育と比較して同等以上の教育効果がみられた。
- その他回答は ビデオを楽しんだ 95%、内容を理解した 99%、図像がわかりやすい 95% で教育ツールとしての有用性が実証されたものととらえている。
- オンライン栄養ビデオ視聴者の感想について以下に記載、ネガティブなコメントはみられなかった。

表 5 オンライン栄養ビデオ視聴者の感想

分類	感想
今後に役立てたい	セミナーで得た知識を活かして、自分と家族の栄養バランスにもっと気を配っていきたいと思います。
	セミナーで得た知識のおかげで、私自身と家族がよりバランスの取れた食事を取り、より良い健康を維持するのに役立ちます。
ビデオの内容について	有意義なカンファレンスであった。
	プログラムの内容が有益だった。

全体感想 非常に素晴らしい／非常に満足／女性向けワークショップありがとうございます

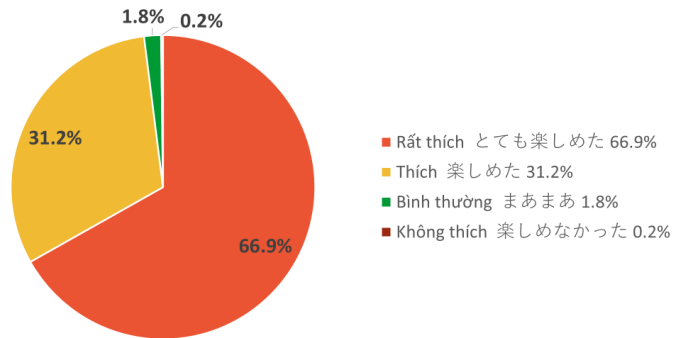
いました／番組をありがとうございました。

栄養バランスチェックゲーム

- ・ NGO Light（健康関連の活動を実施する NGO）やハノイ工科大学食品技術系教員に試作版栄養バランスチェックゲームを提示し、意見を伺ったところ、当該栄養バランスチェックゲームが栄養を考えるきっかけに用いるとのコンセプトに賛同が得られたため、現地においても、当該栄養バランスチェックゲームが栄養に関心を持つきっかけとして有効に機能する可能性が高いと判断するに至った。
- ・ 栄養バランスチェックゲームの評価アンケートを作成し、それへのリンクをゲーム内に埋め込んだ。
- ・ 対象年齢のハノイ工科大学院生らに栄養バランスチェックゲームを試してもらった（2024年6月21日）ところ楽しんでいた様子であった。
- ・ E社（ハイズオン省）人事部員に栄養バランスチェック試作版を提示したところ、従業員による栄養バランスチェックゲームおよびビデオ教材の評価に協力いただけることになった（2024年6月25日）。
- ・ E社の従業員にオンライン接続を周知するポスターを作成、提示した。
- ・ ゲームのオンライン調査がE社で終了（10月）。
- ・ 栄養バランスチェックゲームの有用性、操作性、娯楽性について高評価を得た（20代女性623名）。
- ・ 娯楽性について、ゲームが「楽しめた」「とても楽しめた」人は98%
- ・ 操作性について、「操作が簡単」と回答した人は85%
- ・ 有用性について、内容が「参考になった」「とても参考になった」人は98%
- ・ 食事のバランスに関心の薄い人の割合は、プレイ前の10.4%がプレイ後に1.3%に減少。

1. 栄養バランスチェックゲームは楽しめましたか？

1. Bạn có thích bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng vừa rồi không?



- ・「とても楽しめた」と「楽しめた」で98.1%を占め、対象者が栄養バランスチェックゲームを楽しんでくれたことがわかる。

Gakken Group

IC Net Limited
アイシーネット株式会社

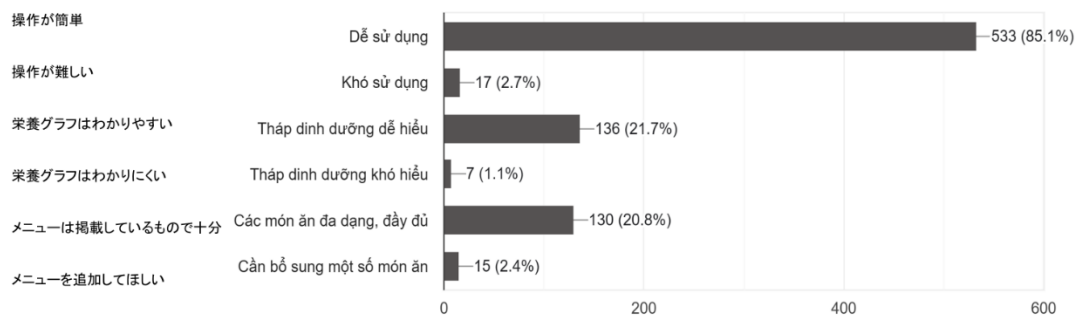
22

図 11 ゲームの娯楽性について

2. 栄養バランスチェックゲームについて、当てはまるものを全て選んでください。

2. Hãy chọn những ý mà bạn thấy phù hợp với bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng.

626 件の回答



- ・操作については、簡単との意見が多くを占める。
- ・栄養グラフについても、改善を求める意見はほとんど見られない。

Gakken Group

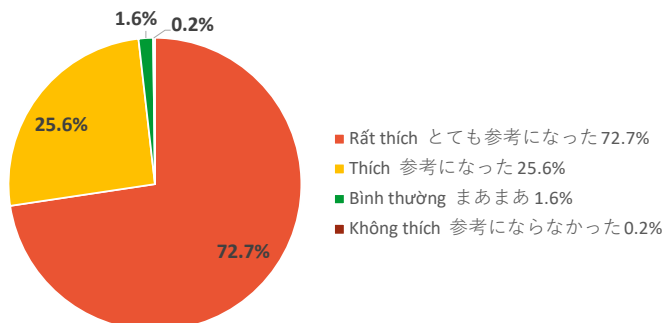
IC Net Limited
アイシーネット株式会社

23

図 12 ゲームの操作性について

4. 朝食栄養バランスチェックゲームの内容は参考になりましたか？

4.Bạn có thấy bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng hữu ích không?

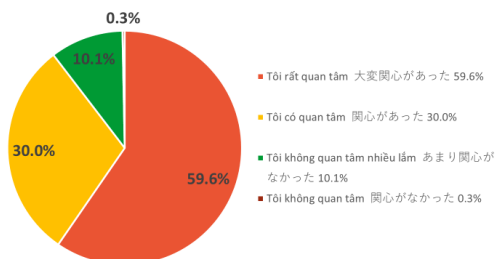


- ・「とても参考になった」と「参考になった」で98.3%を占める。

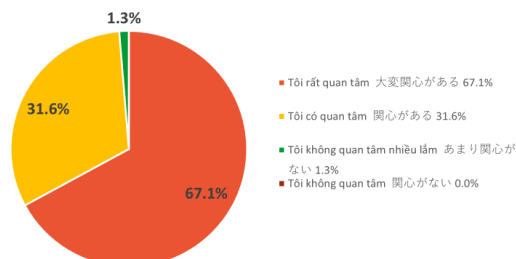
図 13 ゲームの有用性について

5. 栄養バランスチェックゲーム実施前には、食事の栄養バランスについて関心がありましたか？
6. 栄養バランスチェックゲーム実施後、食事の栄養バランスにどれだけ関心がありますか？

5.Trước khi thực hiện bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng, bạn có quan tâm đến cân bằng dinh dưỡng bữa ăn của mình không?



6.Sau khi thực hiện bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng, bạn quan tâm đến cân bằng dinh dưỡng bữa ăn của mình ở mức độ nào?

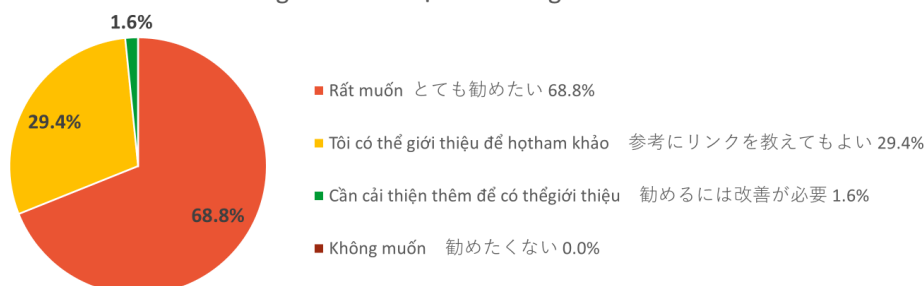


- ・実施前と比較し、「大変関心がある」が7.5%増加しており、栄養バランスチェックゲームが栄養バランスの関心喚起に寄与していることがわかる。

図 14 食事のバランスへの関心について

12. このような栄養バランスチェックゲームを家族や友人に勧めたいですか？

12. Bạn có muốn giới thiệu bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng này cho gia đình và bạn bè không?

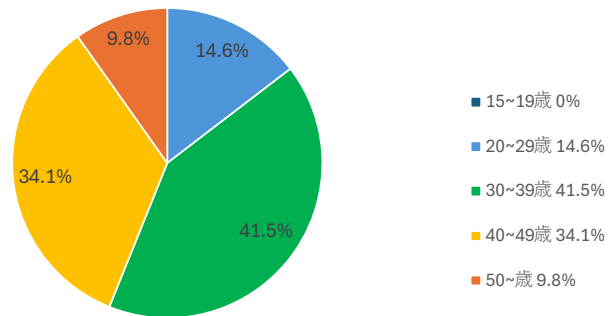


- ・「とても勧めたい」が68.8%、「参考にリンクを教えてもよい」が29.4%で周囲への拡散も期待できる。

図 15 ゲームの拡散性について

- ・ 20代女性での栄養バランスチェックゲームの有効性を確認したので、対象を妊娠可能期の10代後半～40代に拡大することとした。年齢によって栄養所要量が異なるのでプログラムの変更等の追加現地化を進めた。
- ・ ソリマチベトナム社にて（2024年12月12日）ゲームの対象年齢拡大（15～51歳）を依頼するとともにゲームの活用方法について協議した。
- ・ 栄養バランスチェックゲーム（年齢拡大版）が完成し、企業・団体にトライアルを呼びかけた。
- ・ 年齢拡大版ゲームのトライアルを貿易大学職員、国家大学外国語大学職員、M工業団地内集会所にて実施（各2025年2月27日、3月5及び6日）した。
- ・ トライアル参加者は41名で、20代が15%弱に対して30代・40代が75%超を占っており、年齢拡大版の評価対象として適当な分布であった。
- ・ 年齢拡大版栄養バランスチェックゲームの内容が「参考になった」「とても参考になった」人は9割を超え、有用性が確認できた。
- ・ 食事の栄養バランスに関心の薄い人の割合は、プレイ前の17%がプレイ後に0%となり、栄養バランスに「大変関心がある」人はプレイ前の36.6%がプレイ後に51.2%に増加した。年齢拡大版栄養バランスチェックゲームが、栄養への関心喚起に効果的であることが確認できた。

年齢分布



Gakken Group

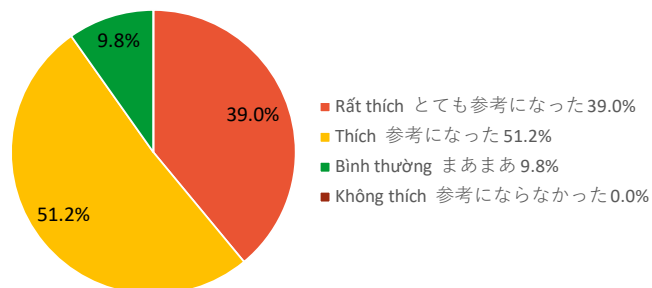
IC Net Limited
アイシーネット株式会社

4

図 16 年齢分布

4. 朝食栄養バランスチェックゲームの内容は参考になりましたか？

4.Bạn có thấy bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng hữu ích không?



- ・「とても参考になった」と「参考になった」で90.2%を占める。

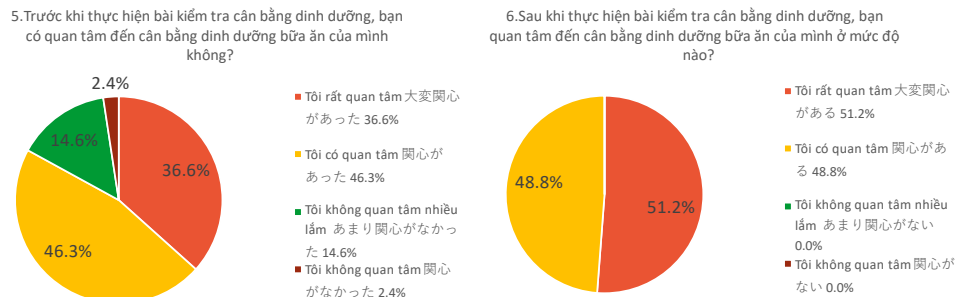
Gakken Group

IC Net Limited
アイシーネット株式会社

6

図 17 ゲームの有用性について（年齢拡大版）

5. 栄養バランスチェックゲーム実施前には、食事の栄養バランスについて関心がありましたか？
 6. 栄養バランスチェックゲーム実施後、食事の栄養バランスにどれだけ関心がありますか？



- ・ 実施前と比較し、「大変関心がある」が14.6%増加した。また、「あまり関心がない」「関心がない」は17%から0%まで減少しており、栄養バランスチェックゲームが栄養バランスの関心喚起に寄与していることがわかる。

図 18 食事のバランスへの関心について（年齢拡大版）

<成果3に係る活動>

活動3-1：成果1と成果2の活動結果をもとに、販売先候補企業の発掘を行う。

(達成目標)

南部・北部での企業セミナーの実施完了

<活動結果の実績>

- ・ ベトナムビジネスオンライン EXPO2023（2023年9月27日）に参加し、ベトナムローカル企業リスト（1,300社）を入手した。今後は必要に応じて最新版リストを入手し参考とする。
- ・ A 工業団地運営会社と入居企業への栄養教育教材評価への協力要請、栄養教育教材の配信方法等について議論した（2024年6月26日）。入居企業の定例会議で協力要請を行う。
- ・ A 工業団地入居企業の情報連絡会にて健康経営と栄養改善についてのミニ講演を行い JICA 調査（オンライン栄養教材の評価）協力を呼びかけた（2024年8月1日）。協力を申し出た企業はなかった。
- ・ 過去に企業セミナー等で栄養教育に関心を示した F 社、G 社、V 社に対してベトナム人担当同士がメールや電話でやり取りしたが商談はいずれも頓挫している。日系企業であっても、栄養改善に関心のあるのはベトナム人で、意思決定者たる日本人幹部を含めた社内での説得に難しさがあるものとみられる。
- ・ これまでの活動の中で関わりができた企業・団体に健康経営と栄養改善セミナー（会場：VJCC ハノイ及びホーチミン）への参加を呼び掛けるメール（172通）を送付した

(2024 年 11 月)。返信は 4 通あった。

- ・ VJCC ハノイ校にて、健康経営と栄養改善セミナーを試行（2024 年 12 月 7 日）（2 社から 3 名参加）。
- ・ VJCC ホーチミン校にて、健康経営と栄養改善セミナーを試行（2024 年 12 月 7 日）（6 社から 6 名参加）。

活動 3-2：3-1 の結果を分析し、提案製品及びサービスの導入可能性を調査する。

アンケートの調査分析結果

＜活動結果の実績＞

- ・ 栄養強化ミルクについて、個包装 18g 品の長期間連続飲用者への価格調査（4 社 637 名が回答）で、栄養強化ミルク（個包装 18g）に支払える最大価格が 6,000VND 以上と回答した 462 名（73%）の平均価格は 8,130VND（約 50 円）であった。よってこの平均価格以上を支払ってもよいと回答したものの割合は 36%と推定される。なお 6,000VND 未満回答者（27%）は、原価を割り込むため価格検討対象から除外した。ちなみに、販売実績のある栄養強化ミルク 350g 缶の 1 杯分の単価は 9,740VND（約 60 円）である。なおアンケート回答作成にあたっては、価格の選択肢を 6,000VND 以上の 1,000VND 刻みで用意した。（例「6000vnd～7,000vnd 未満」等。）0VND～6,000VND の間だけでも 6 段階となり多すぎることで、原価を下回る価格を選ぶ回答者は顧客候補として考えにくいとため 6,000VND 未満を一つの選択肢とした。（この選択肢を選んだ回答者の具体的な購入意欲を推定することは難しく、その情報がビジネス上有用である可能性は低いと判断した。）
- ・ 栄養教育ビデオ視聴による教育効果（栄養バランスへの関心の惹起・増進）は栄養士による対面セミナーと同等以上とみられることから、対面セミナーの代替として、オンラインにて効率的かつ非常に多数の視聴者に向けた発信が期待できる。
- ・ 栄養バランスチェックゲームは有用性、操作性、娯楽性が高評価であり、友人や家族にもぜひ進めたいと回答した人が 7 割近くいることから、オンライン公開した場合にプレイ者の口コミによる拡散が期待できる。

活動 3-3：本事業結果を通し、ビジネス展開計画を策定する。

（達成目標）

ビジネス展開計画

＜活動結果の実績＞

- ・ 2024 年 5 月までの調査概要について提案企業の海外栄養事業部門に共有した。
- ・ 2024 年 6 月と 12 月に提案企業の海外栄養事業部門スタッフがベトナムにて現地業務従事者と協議実施。
- ・ 社内関係部署で 2024 年 6 月～2025 年 1 月に掛けて 8 回（毎月 1 回）協議実施し、ビジ

ネス展開計画を取りまとめた。

6. ビジネス展開の見込みと根拠

(1) ビジネス化可否の判断

ビジネスモデルを変更の上、ビジネス化を決定した。

(2) ビジネス化可否の判断根拠

1) ビジネスモデル変更の理由

ベトナム国における母子保健への貢献の為、SDGs ビジネス支援事業の意義を継承しながら、既に展開実績のある既存ビジネス、製品を基礎とした発展的取り組み、並びに社会的付加価値提供の対象とエリアの拡大、推進力強化をしていく目的で、サステナブル（持続可能）な実現可能性のある新しいビジネスモデルに変更しベトナム全土に広く栄養教育を進めていく事で、社会課題解決を推進していきたいと考える。それにより、提案企業の強みのある領域での社会的価値の創出を図る事ができる為、当該国に対しより一層の社会貢献ができると判断した。

なお、2022 年からの本事業の現地検証を実施してきたからこそ、ベトナム国における母子保健分野での現地に根付いた活動が重要であるという実感ができ、新しいビジネスモデルのアイデアが生まれている。「日本ブランド」だからという理由だけで製品が売れる時代ではなく、ベトナム国における母子保健分野での現地に根付いた活動を続け社会的価値の創出を図る事で、ベトナムの国民からの信頼を得て、企業ブランドの価値向上に繋がると考える。

2) 現行ビジネスモデルのビジネス化が困難である判断に至った根拠 <非公開>

7. その他

(1) ジェンダー配慮

・男性従業員（少数）との公平性を理由に、女性従業員の栄養セミナー開催に当初は前向きだった企業から、その後実施を断られた事例があったが、変更ビジネスモデルではこのようなケースは生じない。

(2) 貧困削減

栄養改善により勤労女性の活力が高まり世帯収入が増加する。母子以外の家族の健康も改善されて、母子や家族の病気と、それに伴う金銭的負担が減少する。

8. 本事業から得られた教訓と提言

(1) 今後海外展開を検討する企業へ向けた教訓

・商習慣および文化習慣について：

ベトナム企業との交渉では、時期的な要因として、テト（陰暦旧正月）に一週間～10日ほどの休暇（1月～2月で毎年変動する）があり、その前後の期間を含め商談が進まないのが普通である。工場では、生産に繁閑があり、業種や個別企業による時期の違いはあるが、11月～年末にかけてと3月（日系企業の年度末）は繁忙期となるところが多いようである。よってB to B ビジネスを通年平準化して行うことは難しいと思われた。

企業が開催するセミナーは商品の売込みだとベトナムでは不信感を持たれている。セミナーで集客するにはギフトなど相当のインセンティブを示すことが必要となる。なお集会は当局への届出・承認が必要となっている。

・工業団地集会所の状況について：

大規模日系工業団地ではセミナーが開催可能な集会所があり、外部への貸し出しを行っているところもあるが会議室があっても集会所のない工業団地事務所が大多数であった。外資系大規模工業団地で大きな集会所を持つところもあるが、日本企業への貸し出しについては消極的である。集会所があってもセミナー開催には一切協力できない、外部の特定企業のセミナー開催や商品売込みには協力しないとする工業団地や、会場は貸せるが入居企業へのセミナー開催の案内はできないとする工業団地もある。工業団地運営会社から個別企業へのセミナー情報の配信ができない・しないだけでなく、入居企業にコンタクトしようにも企業の連絡窓口の情報が開示できないといわれることもあった。本調査開始以前（2019年時点）に比べると、工業団地管理会社が入居企業の情報開示に慎重になっている印象が強い。日系入居企業が多い大規模工業団地では情報連絡会を毎月開催しているところもあるが、情報連絡会で外部講師による講演を行うかどうかは、工業団地が入居企業の意向を聞いて判断することになる。その他の工業団地では入居企業が集まる機会がない・設けていない、入居企業には関与しない、入居企業向けのサービスは提供していない、といった状況であった。よって工業団地入居企業向けのビジネスを展開するにあたり工業団地の協力はおおむね期待できないと思われた。

・企業へのアプローチ：

企業幹部の健康経営についての理解や取組みは日系大手系列企業の一部を除き概して低調である。調査に協力いただける工業団地や企業を確保するために当初予定した2市5省では足りず、3省を追加した。申請時と比較して、企業の対面接触回避、オン

ラインによる情報授受の拡大、企業・個人情報セキュリティに対する感受性の増加等が感得される。最近のサイバー攻撃の頻発・巧妙化により情報漏洩を極度に懼れる企業もあり、メールにリンクやファイルをつけての送付を嫌う企業もみられた。企業従業員をターゲットとするビジネスの展開については企業側のこのような状況を勘案する必要がある。

・企業内での対面セミナーの困難性：

従業員対象のセミナーの開催について、出勤者が全員集まれる集会所を用意できる事業所は少ない（とくに雇用者数の大きな企業。例えば女性従業員が 6,000 名以上の企業で、集会所は 100 人しか収容できない、等）。就業時間中の開催を可とする企業は極めて少ない（例えば平日の場合営業時間外(18:00 -19:30)、土日でも可だが社員寮の居住者に限られる（いずれも自主参加）等）。多くの工場は 2 交替や 3 交替のシフト勤務体制を敷いていることから、対面でやるには 1 事業所で同じセミナーを複数回開催する必要がある。工場側の生産トラブル等による直前のキャンセル・変更もあった。事業所イベントに合わせての開催希望もあるが、その場合は参加者へのインセンティブを求められるのが普通である。企業従業員をターゲットとするビジネスの展開についてはこのような状況を勘案する必要がある。

（２）JICA や政府関係機関に向けた提言

日本の経済産業省は、健康経営先進国日本の世界に果たすべき役割として、日本式健康経営を世界標準へと推進する活動に取り組んでいる。その取り組みは、日本が世界に先駆け、これからの社会課題解決として社会実装している健康経営を他国に先駆け ISO 標準とすることを狙っており、日本主導で健康経営を標準化することにより、SDGs に代表される世界の社会課題解決に日本のヘルスケア産業会がリードし、事業を通じて貢献しやすい環境の整備を行うものである。国際展開の推進として、健康経営に関する国際的な情報発信をすべく、日本が健康経営（職域の健康投資）」の議論を牽引し、国際的な機運醸成、各国とのパートナーシップ強化、日本のプレゼンス向上（人材・投資の獲得等に裨益）を図るため、既に国際イベントや OECD による調査プロジェクト等の実施を行っている。しかしながら、本事業を通じて、提案企業より当該国の現地企業の経営幹部へアプローチを進めた結果は、残念ながら経営幹部の栄養教育の必要性の認識は乏しく、まだまだ健康経営についての理解も低調な実態であった。今後の日本式健康経営の国際展開の推進においては、情報発信に留まらず、同時に国家同士での枠組み構築も早期に進めていくべきと考える。タイにおいては健康・ウェルネス産業への投資促進と官民双方の協力を実現させ強化するための技術協力の実施の促進を強化することを目的に、タイ王国 保健省 健康関連サービス推進局（DHSS）と協力覚書（MEMORANDUM OF COOPERATION）を締結している。当該国のベトナムに

においても、日本の経済産業省が現地企業の経営幹部への健康経営フォーラムの開催を期待すると共に、JICA が橋渡し役としてベトナム政府・行政単位への提供機会も作るなど、日系企業との官民双方の協力の実現や健康経営に興味を持った現地企業が日系企業と組みをし易い環境の整備を行うべきと考える。

参考文献

●ベトナム女子工場労働者の栄養状態に関する論文

雑誌名 TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU Y HỌC 29TCNCYH 医学研究雑誌 146 (10) - 2021

表題 : TÌNH TRẠNG THIẾU VI CHẤT DINH DƯỠNG CỦA NỮ CÔNG NHÂN TỪ 18 - 35 TUỔI TẠI MỘT CÔNG TY Ở MIỀN BẮC VIỆT NAM NĂM 2020

著者 : Vũ Văn Quyết^{1,*}, Phạm Duy Quang², Nguyễn Thuỳ Linh¹, Trịnh Bảo Ngọc¹

所属 : 1 Trường Đại học Y Hà Nội ハノイ医科大学 2 Đại học Nguyễn Tất Thành グェンタット
タイン大学

英文表題・サマリー :

NUTRITIONAL AND MICRONUTRIENT DEFICIENCY STATUS AMONG FEMALE WORKERS FROM 18 - 35 YEARS OLD IN A COMPANY IN NORTHERN VIETNAM, 2020

Women of reproductive age group are most at risk of micronutrient deficiencies which is a serious public health problem in low- and middle-income countries. A cross-sectional descriptive study was conducted among 463 female workers at Midori Apparel Viet Nam, Luong Son Industrial Park, Hoa Binh province. Anthropometric measurements and blood sample were collected. The overall rate of chronic energy deficiency (BMI < 18.5) in female workers aged between 18 - 35 was 19.9%, overweight/obesity (BMI ≥ 25) rate was 6.7%. The prevalence of anemia was 29.2% and 7.3% showed iron deficiency anemia (IDA). Percentage of low levels serum iron level was 5.2%, while 12.7% had lower-than-normal of serum ferritin. Estimates of percentage female workers with zinc deficiency was 67.6% and hypocalcemia accounted for 11.7%. This evidence shows this is a double burden of malnutrition along with coexistence of overweight/obesity. Micronutrient deficiency status is still disproportionate. Interventions are crucial to improve the nutritional and micronutrient status of female workers

(参考抄訳)北部ベトナムの日系縫製企業的女子労働者 463 名(18-35 歳) の栄養調査(ハノイ医科大学 2020 年)では、3 割近くが貧血で 7.3%が鉄欠乏貧血であった。血清鉄は 5.2%が低レベルだが 12.7%が血清フェリチンが通常未満であった。亜鉛欠乏が約 7 割、カルシウム欠乏は 1 割強と見積もられた。栄養改善のための介入が必要である。

Nutrition improvement for women of working age factory workers in the northern Vietnam

Nguyen Thuy Linh¹, Yoshinori Komatsu²

¹Hanoi Medical University

²Meiji Company, Japan

An intervention study was conducted on 252 working-aged women in several companies in the Northern Vietnam in 2019. This study aimed to describe micronutrient deficiency and evaluate the effectiveness of nutritional education intervention on the improvement of anthropometric and biochemical criteria. Results: The percentage of anemia due to hemoglobin deficiency was 9.52%, the percentage of anemia due to iron storage deficiency (ferritin) was 19.84%, the proportion of calcium deficiency was 28.17%. Interventions on nutritional education and dietary guideline on 120 women in each intervention and control group showed that: Hemoglobin in intervention group increased significantly compared to the control group with $p = 0.03$. Serum ferritin increased $9.80 \pm 56.28 \text{ ug/l}$; serum calcium increased $0.061 \pm 0.158 \text{ (umol/l)}$ in the intervention group with $p < 0.05$. The prevalence of micronutrient deficiency among working-age women was high. Nutrition interventions by nutritional education and dietary guideline may help to improve micronutrient deficiency.

Key words: Nutrition intervention, working age women, company, Vietnam

(参考抄訳)ベトナム北部の工場に勤務する女子労働者 252 名の調査(ハノイ医科大学 2019 年)では、1 割がヘモグロビン欠乏性貧血、貯蔵鉄(フェリチン)不足が 2 割近く、カルシウム不足も 3 割近くみられた。栄養教育と食事ガイドラインの指導(注：提案商品の栄養強化ミルク粉の飲用を含む)を行った介入群では、対照群に対してヘモグロビン、血清フェリチン、血清カルシウムが有意に増加した。

●ベトナム女子工場労働者の栄養状態と栄養改善に関する論文

J of Nutri. Sci. and Vitaminology Vol. 70, No. 2, April, 2024

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jnsv/70/2/70_131/pdf/-char/en

Enhancing Nutritional Status and Addressing Micronutrient Deficiencies: Evaluating the Impact of Workplace Nutrition Program on Female Workers in Vietnam

Linh Thuy NGUYEN^{1,2}, Khanh Do NAM^{2,*}, Phuong Thi DUONG¹,
Tuyet Chinh Thi PHAM¹ and Yoshinori KOMATSU³

Summary This randomized controlled clinical study aimed to assess the effectiveness of a nutrition intervention program for non-pregnant female workers in Vietnam. A total of 500 female workers were randomly assigned to the intervention and control groups. Participants in the intervention group were provided nutrition education, personalized specific dietary, and received oral nutrition supplements (ONS)—which contained multi-minerals and vitamins according to recommendations for adults for a duration of 12 wk, while participants in the control group received only nutrition education. The result shows the percentage of malnutrition by BMI in the control group rose from 15.6% to 21.3% after 12 wk; the figure for counterpart experienced a remain unchanged ($p<0.05$). Additionally, the mean of serum zinc in the intervention group significantly increased from $49.0\pm21.2\ \mu\text{g/dL}$ to $53.6\pm19.5\ \mu\text{g/dL}$ after 12 wk. Moreover, the intervention group demonstrated significant increases in serum iron and total serum calcium levels ($p<0.05$), with from $13.9\pm5.6\ \mu\text{mol/L}$ to $15.3\pm5.8\ \mu\text{mol/L}$, and from $2.36\pm0.15\ \text{mmol/L}$ to $2.4\pm0.09\ \text{mmol/L}$, respectively. The participants of the intervention group were more likely to have higher total serum calcium (Coef=0.04, $p<0.05$), serum iron (Coef=1.99, $p<0.05$), and serum zinc (Coef=18.9, $p<0.05$), which presents a reduce micronutrient deficiency. In conclusion, workplace nutrition interventions effectively mitigate micronutrient deficiencies and improve the nutritional status of female workers.

Key Words workplace nutrition program, micronutrient deficiency, nutrition status, female workers, Vietnam

(参考抄訳)ベトナムの非妊娠女子労働者 500 名を介入群と対照群に分け、介入群には栄養教育と多種のミネラルビタミンを含む栄養サプリメント（＝提案製品）を含む昼食を 12 週間供した(対照群は栄養教育のみ)。低 BMI（栄養不良）者は対照群で増加したが、介入群では変化しなかった。介入群で血清鉄と血清カルシウムが有意に増加した。介入群では微量栄養素の不足が緩和された。職場の栄養介入は女子労働者の栄養不足を減らし栄養状態を改善した。

英文案件概要

 SDGs Business Verification Survey with the Private Sector for Nutrition Education and Nutrition Fortified Food for Female Factory Workers in Viet Nam Meiji Co., Ltd. (Tokyo)		 2 ZERO HUNGER	 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
Development Issues Concerned in Health Sector • Undernutrition in women of reproductive age hinders the child's development. • Lack of knowledge of a well balanced diet, in addition to a lower income, prevents them from having diversified diet and sufficient micronutrients. • Factory workers are mostly from low income families and prone to undernutrition while health management at the workplaces in general remains uncommitted.	Products/Technologies of the Company • Nutrition fortified milk powder that can be hydrated into milk drink is offered in a single-serve pack with roughly one third of the daily requirement of micronutrients such as calcium, iron, and zinc at an affordable price. • Basic nutrition education based on the local food culture is offered face-to-face by registered dietitian of the country. Audio-visual material and on-line game centring on nutrition are also to be developed.		
Survey Outline • Survey Duration: June, 2022~May, 2025 • Country/Area: Vietnam/Hanoi, Ho Chi Minh, and their neighboring provinces • Survey Overview: Effectiveness and superiority of the product and service is to be verified. Effective nutrition education materials are to be developed, taking the local food culture into consideration. A business plan is to be developed based on the survey results.			
How to Approach to the Development Issues • The product is sold to the companies in industrial parks by a local distributor. • The product is then given away or sold to the employees by the company. • Meiji holds a health management seminar for company managers at Industrial parks centring on nutrition and productivity to get prospective customers. • Meiji provides food education and also promotes the product to female workers at the customer's factory.	Expected Impact in the Country • Improved nutrition status of women of reproductive age. • Sustainable nutrition education spreads basic knowledge for women of the age. • Increased productivity is expected by keeping workers fit and healthy.		
As of June, 2022			

英文要約

Summary Report

Viet Nam

SDGs Business Verification Survey with
the Private Sector for
Nutrition Education and Nutrition Fortified
Food for Female Factory
Workers in Viet Nam

April, 2025

Japan International Cooperation Agency

Meiji Co., Ltd.

1. BACKGROUND

Disseminating nutritional knowledge as a means to improve the nutrition status of women of reproductive age is a critical issue in Vietnam. Malnutrition and stunting among children under 5 years old are decreasing, however, they still remain at high levels of 9.7% and 18.2% respectively, in 2023.

Vietnam's National Strategy on Nutrition for 2021-2030 and Vision to 2045(Chiến lược Quốc gia về dinh dưỡng¹⁰) mentions that good nutrition is at the heart of the Sustainable Development Goals (SDGs) and needs to be sustained throughout the life cycle and through subsequent generations. In particular, special attention should be given to the first 1000 days of life i.e. from pregnancy to when a child reaches 2 years of age. Anemia can cause problems for pregnant women and their babies. It can also cause poor cognitive and motor development in children².

According to a 2020 survey by the National Institute of Nutrition, the rate of anemia among children under 5 years old in Vietnam is 19.6%. The rates of anemia among pregnant and non-pregnant women are 25.6% and 16.2%, respectively. The prevalence of preclinical Vitamin A deficiency in children under 5 years old is 9.5% and the proportion of breastfeeding women with low vitamin A in breast milk is 18.3%. The rate of zinc deficiency for children under 5 years old in 2020 was extremely high at 58% and the rate for pregnant women was 63.5%.

A nutrition survey of working women of reproductive age (aged 18-35, non-pregnant) by Hanoi Medical University showed that nearly 30% of the subject were anemic, 7.3% suffered from iron deficiency anemia, about 70% were zinc deficient, and over 10% were calcium deficient. The nutrition doctors reported that interventions were necessary to improve their nutrition status³.

The above-mentioned National strategy points out strengthening Nutrition Education and Communication as one of the duties and solutions. Nutrition education and communication can be an important component of a nutrition strategy where it helps increase people's knowledge and improves behaviors. New channels of communication including social media can be exploited as internet connectivity improves and ownership of mobile phones increases.

2. OUTLINE OF THE PILOT SURVEY FOR DISSEMINATING TECHNOLOGIES

(1) Purpose

To develop a sustainable business plan for the sales of nutrition fortified milk for female workers of reproductive age in Vietnam, to whom nutrition improvement and prevention of

10 https://www.nutritioncluster.net/sites/nutritioncluster.com/files/2023-09/Vietnam%20National%20Nutrition%20Strategy_21May21.docx

2 WHO Fact-sheet on anaemia

3 TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU Y HỌC 29TCNCYH 146 (10) – 2021

Noncommunicable Diseases are crucial, and to localize nutrition education materials for the female workers.

The survey results are expected to contribute to the followings SDG targets;

SDG Goal 2. End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture

SDG Target 2.2 End all forms of malnutrition, including achieving, by 2025, the internationally agreed targets on stunting and wasting in children under 5 years of age, and address the nutritional needs of adolescent girls, pregnant and lactating women and older persons

SDG Goal 3. Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages

SDG Target 3.2 Newborn and child mortality: By 2030, end preventable deaths of newborns and children under 5 years of age, with all countries aiming to reduce neonatal mortality and under-5 mortality

(2) Activities

This survey was to;

- Localize a nutrition education material to be used for collective education of female workers by Registered Dietitians (RD).
- Recruit several local companies that was able to proactively cooperate for the survey, for this purpose, corporate managers first had to be educated on the importance of nutrition improvement of the employees as part of Health and Productivity Management.
- Improve the nutrition education material through trial education sessions of the female workers at their workplaces.
- To make localized nutrition education materials available online (audiovisual material and a game)
- Evaluate efficacy of the nutrition fortified milk powder
- Assess the feasibility of the business model

(3) Information of Product/ Technology to be Provided

Information of Product:

Fortified milk powder with nutrients that are tend to be inadequate for women, especially of reproductive age (such as Calcium, Iron, Zinc). One serving is 18g powder, to be dissolved in 100 ml of warm water.

Services to be localized and provided:

- Nutritional education slides based on the local food culture, to be used by Registered Dietitian.
- Nutrition education video based on the above-mentioned slides with narration by Registered Dietitian.
- Online game: player selects one or more dishes that are popular for breakfast, then the contents of major nutrients are displayed as a bar-graph.

(4) Counterpart Organization

Non applicable.

(5) Target Area and Beneficiaries

- Target Area; Hà Nội and neighboring 3 provinces (Hưng Yên, Bắc Ninh, Hòa Bình) and TP.HCM and neighboring 2 provinces (Binh Dương, Đồng Nai)
- Primary beneficiary: Women of reproductive age working at companies in Industrial Parks located in the area above.
- Secondary beneficiary: employers of the female workers

(6) Duration

June 2022 – May 2025

(7) Progress Schedule

- To localize a nutrition education material to be used for collective education of female workers by Registered Dietitians (RD). June 2022 – March 2023
- To recruit several local companies that were able to proactively cooperate for the survey, for this purpose, corporate managers first had to be educated on the importance of nutrition improvement of the employees as part of Health and Productivity Management. June 2022 – June 2024
- To complete the nutrition education material through trial education sessions of the female workers at their workplaces. June 2022 – Aug 2024
- To make localized nutrition education materials available online (audiovisual material and a game). Feb 2023 – Feb 2025
- To evaluate efficacy of the nutrition fortified milk powder. Oct 2022 – April 2024
- To assess the feasibility of the business model. June 2024 – March 2025

(8) Manning Schedule

Work Place	Duties	Name	Company	Contract Period																																			Working Days	Working M/M	
				2022					2023					2024					2025																						
				5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3			4
Viet Nam	Survey Members																																								
	Supervisor / Overall coordination/Sales channel development / Creating teaching materials	Komatsu Yoshinori	Meiji Co., Ltd.			7/24-30 7				10/30	11/1-5				2/28-30/1-10		5/22-27		7/17-23		9/11-17							6/20-27				12/5-15					67.00	2.23			
	Business development 1 / Marketing	Takai Jun	Meiji Co., Ltd.							2		5			4		10		6		7		7					8			11					0.00	0.00				
	Business development 2 / Nutrition education management	Hirano Shota	Meiji Co., Ltd.																																	0.00	0.00				
	Business development 1 / Marketing2	Kubota Norio	Meiji Co., Ltd.																			9/13-16										12/13-14				6.00	0.20				
	Business development 2 / Nutrition education management2	Ito Shigraiki	Meiji Co., Ltd.												5/7-10				7/20-22			4											2			7.00	0.23				
	Advisors																																								
	Chief Advisor / Survey design / Development issues / Nutrition education and collaboration methods	Iwada Naoko	IC Net Limited			7/24-29									3/5-10													6/20-27									20.00	0.67			
	Development of audio-visual teaching materials	Kanichiro Junko	IC Net Limited													6													8								0.00	0.00			
	Development of audio-visual teaching materials2	Ota Mami	IC Net Limited																			6/12-17						6/21-26				12/6-15					22.00	0.73			
Japan	Survey Members																																								
	Supervisor / Overall coordination/Sales channel development / Creating teaching materials	Komatsu Yoshinori	Meiji Co., Ltd.																																		64.00	3.20			
	Business development 1 / Marketing	Hirano Shota	Meiji Co., Ltd.																																		3.00	0.15			
	Business development 2 / Nutrition education management	Hirano Shota	Meiji Co., Ltd.																																		4.00	0.20			
	Business development 1 / Marketing2	Kubota Norio	Meiji Co., Ltd.																																		38.00	1.90			
	Business development 2 / Nutrition education management2	Ito Shigraiki	Meiji Co., Ltd.																																		48.00	2.40			
	Advisors																																								
	Chief Advisor / Survey design / Development issues / Nutrition education and collaboration methods	Iwada Naoko	IC Net Limited																																		19.00	0.95			
	Development of audio-visual teaching materials	Kanichiro Junko	IC Net Limited																																		0.00	0.00			
	Development of audio-visual teaching materials2	Ota Mami	IC Net Limited																																		16.00	0.80			
Remarks																																									
Actual work (solid black line)																																									
In-house business / other projects (dotted line)																																									

(9) Implementation System

The survey was implemented by Meiji Co., Ltd, including its Vietnamese subsidiary, Meiji Food Vietnam Co., Ltd.(MFV), with technical assistance of consultant firm, IC Net company. The importation and distribution of the fortified milk was conducted by Meiji's contract distributor.

3. ACHIEVEMENT OF THE SURVEY

(1) Outputs and Outcomes of the Survey

- I. Output 1 : The product and face-to-face education by Registered Dietitian were verified to be suitable and effective to the target audience through trial distribution.
- II. Output 2 : Localized nutrition education materials have been made and was verified to be effective to the target audience.
- III. Output 3 : A modified sustainable business model has been drafted that aims to educate nation-wide women of reproductive age in general, based on the original business model that had narrowly targeted to female factory workers.

- I. Output 1 : The product and education by Registered Dietitians were verified to be suitable and effective to the target audience through trial distribution.

I -1.The daily ingestion of the product was proven to be effective in nutrition improvement and was suggested to improve the health and productivity of those who consume it.

A survey data of improved nutrition status of Vietnamese female workers by daily ingestion of the fortified milk powder was drafted by Nutrition doctors at Hanoi Medical University, and submitted to and published on a peer-reviewed journal.

Before and after daily ingestion of one serving of the milk powder (18g) for 6 weeks, the volunteers (89 female workers) evaluated thier subjective wellness and productivity on the scale of 0 (worst/lowest) to 10 (best/highest).

The average score of subjective wellness increased from 7.47 to 7.85.

The average score of subjective productivity increased from 7.64 to 8.09.

The number of people who scored thier wellness as either 9 or 10 increased from 14 to 23.

The number of people who scored thier productivity as either 9 or 10 increased from 19 to 35.

I -2. Face-to-face education by Registered Dietitian was verified to be suitable and effective to the target audience through trial session.

The nutrition education by Registered Dietitian was highly evaluated by the attendees of the sessions, proving the hidden needs of such education among female workers.

A total of 455 female workers attended face-to-face nutrition seminar was surveyed. The percentage of those who thought they understood what balanced diet was like very well before the seminar was 37.3%. The percentage dropped to 13.8% after the seminar. A total of 86.2% answered they understood well or very well after the seminar.

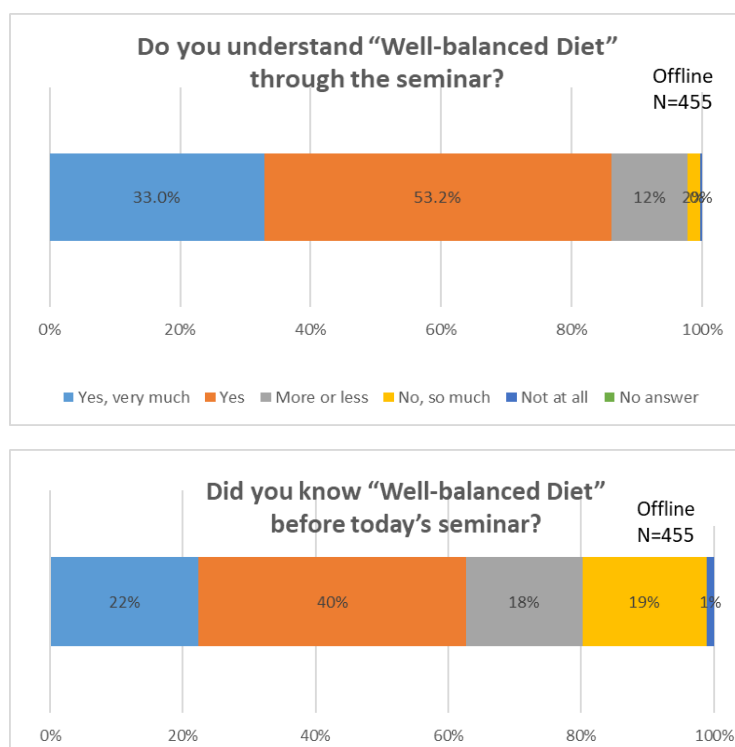


Figure 1: Participants' Understanding of Balanced Diets in Nutrition Seminars Conducted by Nutritionists

I -3. lessons learned

The implementation of face-to-face nutrition education of workers at their workplaces was in many cases very difficult. Reasons are;

- Few companies have a meeting place to accommodate the entire female employees (for instance, a company employs over 6000 women but the meeting room can accommodate only 100 people)
- Few companies allow to hold seminar during their working hours.
- Many companies have shift work, so seminar should be organized more than one time.

The access to corporate management was found to be much more difficult than expected, as;

- Few managers understood the concept of Health management and importance of nutrition improvement.
- Very few managers reply to the invitation for Health management seminar organized in the survey.
- Industrial Parks that proactively assist holding such seminars for the tenant companies are rare, except for major Japanese capital IPs with almost all the tenants being Japanese subsidiaries.

Attempts to approach female workers through their management turned out to be highly inefficient and costly, although the needs for nutrition education for the works was apparent. Thus, Meiji has given a consideration of switching the main audience to Vietnamese women in general, to realize our commitment to educate total of 650,000 Vietnamese women up until 2030.

II . Output 2 : Localized nutrition education materials have been made and was verified to be effective to the target audience.

II -1 Nutrition education video has been made and were proved to be appropriate with and effective to the target audience.

Nutrition education video was found to be equally or more effective than face-to-face education.

The percentage of the viewers of the video (n=2,977) who thought their understanding of balanced diet was less than average was 48.1% before the video viewing. After watching the video, the percentage dropped to 5.6%.

A total of 94.4% answered they have understood or very much understood what a well-balanced diet is like.

While the percentage of the attendees of a face-to-face nutrition seminar who thought their understanding of balanced diet was less than average was 37.3% before the seminar and 13.8% after the seminar. 86.2% answered they have understood or very much understood what a well-balanced diet is like.

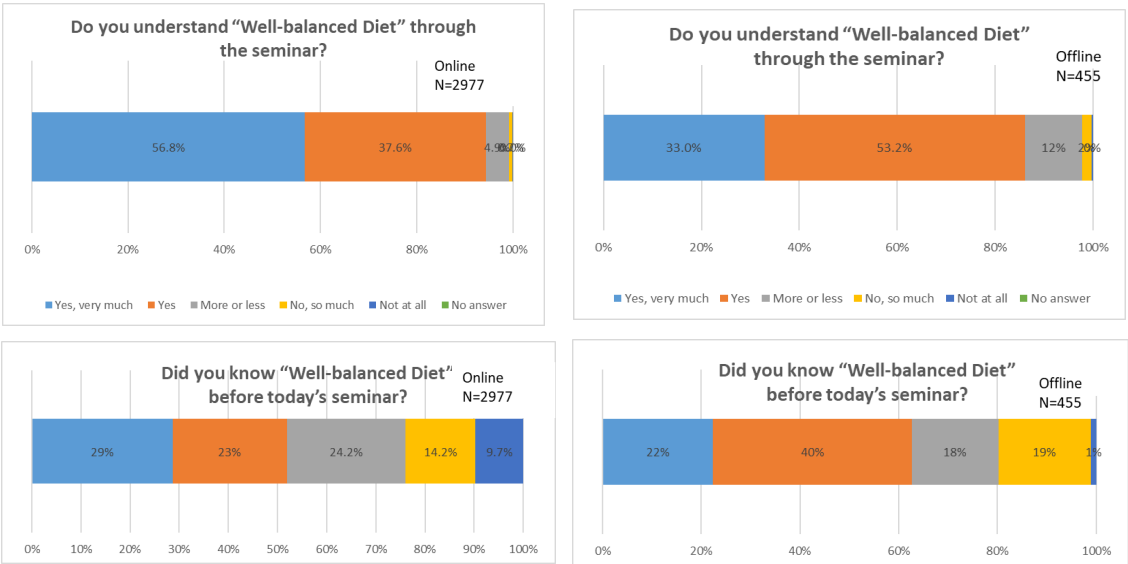


Figure 2: Understanding of Seminars Conducted Online and In-Person

II -2. Nutrition balance check game has been localized and were verified to be appropriate and effective to the target audience.

Nutritional balance check game was evaluated as useful, easy-to-play and enjoyable (among 623 women in their 20s).

- 98% of the players "enjoyed" or "very much enjoyed" the game.

- 85% of the players saw the game "easy to play"

- 98% of the players found the content "helpful" or "very helpful."

The percentage of the people who answered were not interested in a balanced diet was 10.4% before playing the game. The percentage dropped to 1.3% after the play.

III. Output 3 : A modified sustainable business model has been drafted that aims to educate nation-wide females of reproductive age in Vietnam, based on the original business model that targeted mainly female factory workers.

Based on the activities related to the Output 1 and 2, Meiji sought the possibility to discover companies that might become our prospective customers on the original business model. But a favorable results was not obtained because of the reasons mentioned '1-3. the lessons learned'. Meiji examined other possibilities to introduce the product and services in the market as part of a sustainable business operation.

In the meantime, the contract manufacturer of the fortified milk powder notified in the final year of the survey (August, 2024) that they will discontinue this production, thus the prospect of the supply of the sachet format at a reasonable price has become difficult. This fundamental change also prompted the revision of the business model.

MFV has established a cooperative relationship with the Maternal and Child Health department of the Ministry of Health as to the distribution and better utilization of MCH handbook and nutrition education through the handbook. The project has started in 2024.

Putting above-mentioned situations into consideration, Meiji has revised the original business model and designed a sustainable business development plan detailed later in '4. FUTURE PROSPECTS' that target Vietnamese women of reproductive age in general, in that the nutrition education materials localized in this survey would be fully utilized.

(2) Self-reliant and Continual Activities to be Conducted by Counterpart Organization

Meiji sincerely hope to continue cooperation with the MCH department of the Ministry of Health as to the distribution of MCH handbook.

4. FUTURE PROSPECTS

(1) Impact and Effect on the Concerned Development Issues through Business Development of the Product/ Technology in the Surveyed Country

Meiji aims to help improve dietary habit of the women in Vietnam by improving their nutritional literacy through offering food education in collaboration with the department of MCH at MoH, and to promote the fortified milk product for women (350g in canned format). Education tools to be employed are as follows

- MCH handbook that contains a useful article on nutrition for pregnant women
- Collective nutritional education by Vietnamese Registered Dietitians (including online session, in response to the request).
- Nutrition education videos (on balanced diet, importance of Iron intake etc)
- Online game on nutritional balance check

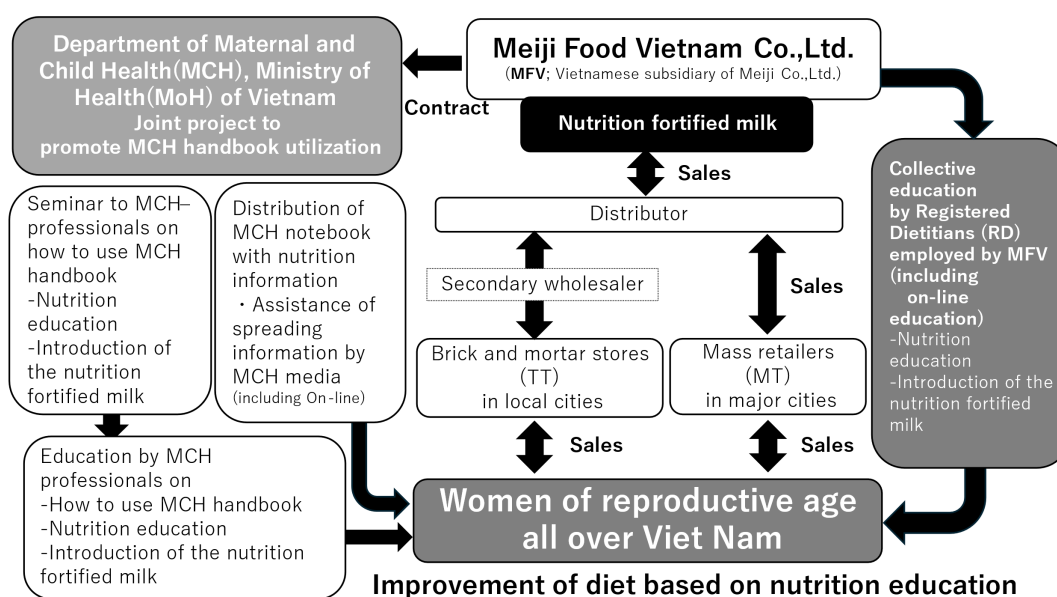


Figure 3: Revised business model for nutrition improvement of Vietnamese women of reproductive age.

Meiji Food Vietnam is to offer nutrition education for women on-line and off-line, by exploiting the abovementioned services such as nutrition seminars for pregnant women by the Registered Dietitians, and through MCH handbook promotion campaign in collaboration with MoH. MFV is to expand sales of the abovementioned product to brick and mortar stores (TT; Traditional Trade) in local cities nationwide, in addition to the mass retailers (MT; Modern Trade) in major cities, through the distributor with a know-how and resources of B to C sales and delivery, which is a sustainable and the most efficient approach for MFV to women of reproductive age nationwide. Initially, the original business model for the feasibility study was to offer nutrition education and a fortified milk powder for female factory workers through their employers.

MFV's Dietitians will collectively educate 45,000 women in five years (2025-2029). In addition, total of 700,000 viewers are expected for online materials, contributing to the SDG Target 2.2. Many of them would be likely to share their experience and knowledge to their friends and family members. Thus, over a million people would become conscious of nutrition improvement and the relationship between health and diet, possibly contributing to the prevention of NCDs. If family diet was improved, stunting should be alleviated

and immunity increased, reducing death of babies and small children caused by infection or diarrhea, thus contributing to the SDG target 3.2.

(2) Lessons Learned and Recommendation through the Survey

Women of reproductive age need a better nutritional status. Most of them work for organizations mainly private companies. In this survey, Meiji tried nutrition education of female workers, however, the survey team had faced difficulties in approaching their employers to persuade and get permission to educate the workers. Meiji has come to understand that the difficulty arises from the fact that few corporate managers understand the concept of Health and Productivity Management and the importance of nutrition education. Meiji has learned that it is beyond the capacity of a private company to implement nutrition education at workplaces or disseminate HPM concept as a sustainable business operation under current situation.

Thus, it might be desirable for the Vietnamese government to take up dissemination of HPM and workplace nutrition education as part of the industrial policy.

The Japanese Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) has been actively promoting HPM and over 23,000 companies and organizations in Japan are recognized that their HPM practices are excellent. METI has also started to disseminate Japanese-style HPM in Southeast Asia. There might be a possible cooperation between the governments. In 2024, METI held HPM forum in Thailand, where case studies of HPM practice by local companies were shared and HPM related services were introduced.

HPM, especially nutrition education has a potential to improve the health and productivity of Vietnamese workers, thus bring increased profit and reduced medical expenditure to organizations. Growth of health care industries is expected along with the spread of the knowledge and practice of HPM and nutrition improvement.

別添資料

- 1.調査工程表
- 2.業務従事計画・実績表
- 3.栄養教育セミナー第1部プレゼン資料＜非公開＞
- 4.栄養教育セミナー第2部プレゼン資料＜非公開＞
- 5.栄養教育セミナー実施前アンケート
- 6.栄養教育セミナー実施後アンケート
- 7.栄養士動画付き栄養教育＜非公開＞
- 8.栄養バランスチェックゲーム実施後アンケート

案件名:ベトナム国女子工場労働者の栄養改善のための栄養知識及び食品の普及・実証・ビジネス化事業(SDGsビジネス支援型)
提案法人名:株式会社明治

活動分組表

(單位:日)

[illegible]

別添2_業務従事者の従事計画・実績表

契約者名：ベトナム国女子工場労働者の実業改善のための実業知識及び栄養食品の普及・実証・ビジネス化事業（SDGsビジネス支援型）

受注者【現地業務】										監督職員 確認印： 安達 裕章 印																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
事業 計画 年	氏名	担当業務	格付	所属	分類	項目	連続 回数	契約期間																																				日数 合計	人月 合計	備考																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
								2022年												2023年												2024年															2025年																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
								5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
1	小松 恵穂 (東京都)	業務主任/全体統 括/企業開発/教 材開発	3	株式会社明治	Z	契約時	8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		

受注者【国内業務】																																							
事業 計画 年	氏名	担当業務	格付	所属	分類	項目	連続 回数	2022年												2023年												2024年					日数 合計	人月 合計	備考
								5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5							
1 小松 恵穂 (東京都)	業務主任/全体統 括/企業開発/教 材開発	3	株式会社明治	Z	契約時																														59.0	2.95			
					最新計画																																65.0	3.25	
					実績																																65.0	3.25	
2 高井 淳 (ハノ イ)東京都 ～2022 年8月25日)	事業開発1/マーケ ティング	4	株式会社明治	Z	契約時																															48.0	2.40		
					最新計画																																3.0	0.15	
					実績																																3.0	0.15	
3 平野 翔太 (ハノ イ)東京都 ～2022 年8月25日)	事業開発1/マーケ ティング	4	株式会社明治	Z	契約時																															48.0	2.40		
					最新計画																																4.0	0.20	3.00
					実績																																4.0	0.20	
6 塚田 式生 (ハノ イ)東京都 2022年8 月26日～)	事業開発2/栄養食 品教育運営	4	株式会社明治	Z	契約時																															0.0	0.00		
					最新計画																																39.0	1.95	
					実績																																39.0	1.95	
7 伊藤 成詔 (ハノ イ)東京都 2022年8 月26日～)	事業開発2/栄養食 品教育運営	4	株式会社明治	Z	契約時																															0.0	0.00		
					最新計画																																48.0	2.40	
					実績																																48.0	2.40	
								渡 小松 計 数												契約時					155.0	7.75													
																				最新計画					159.0	7.95													
																				実績					159.0	7.95													

外部人材【現地業務】										契約期間																														日数 合計	人月 合計	備考																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
年度 区分	氏名	担当業務	格付	所属	分類	項目	連続 回数	2022年												2023年												2024年																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
								5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
4	稲田 菜穂子 (埼玉県)	外部人材統括/国際設計/開発課題/栄養教育・营养手法	3	アイ・シー・ネット株式会社	A-1	契約時	5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						</

Questionnaire for nutrition improvement of female workers

Objective of this questionnaire is to collect basic information of female workers. The information will be used for workshops about improvement of nutrition. You do not need to put your name on the questionnaire and the information will be summarized and analyzed as individual respondents are not identified. Please answer the questions based on the fact.

	Date [(day)] / [(month)] / 20	Sample no.
1	How old are you? Please circle a number. A) Younger than 19 B) Between 20 to 24 C) Between 25 to 29 D) Between 30 to 34 E) Between 35 to 39 F) Between 40 to 44 G) Between 45 to 49 H) Older than 50	
2	How long have you been working in this company? Please fill out []. [] years and [] months	
3	What kind of work do you involved in this company? Please circle a number A) Desk work B) Standing work C) Heavy work	
4	Where are you originally from? Please fill out []. [] Province/Municipality [] District [] Commune	
5	What is your final education level? Please circle a number and fill out the completed grade in []. A) Primary school (1-5 th grade), [] grade B) Secondary high school (6-9 th grade), [] grade C) High school (10-12 th grade), [] grade D) Postgraduate	
6	How many live together at your house? ()	

7	Where (How) do you live? Please circle a number. A) Living alone separately from family B) Living with friends or colleague C) Living with parent(s) D) Living with parent(s) in law E) Living with brother(s) and sister(s) F) Living with husband/partner G) Living with son(s) and daughter(s) H) Living with other family member(s) I) Other []												
8	Who mainly prepares meals at your home? A) You yourself B) Mother C) Mother-in-law D) Father E) Father-in-law F) Husband/partner G) Sister H) Brother I) Daughter J) Son K) Other ()												
9	What did you eat yesterday? Please respond not only about meals but also snacks or drinks in between meals. If you did not take, please leave the cell blank.												
	Please write what did you take (eat/drink) and their ingredients. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Dishes (ate, drank)</th><th style="width: 33%;">Ingredients</th><th style="width: 34%;">Where was it prepared/ Who prepared it?</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Example: Banh mi</td><td>Bread, cucumber, pork pate, onion</td><td></td></tr> <tr> <td>Tea</td><td>Tea, sugar, lemon</td><td></td></tr> <tr> <td>Rice with stir-fried vegetable</td><td>White rice, cabbage, carrot, green leafy</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Dishes (ate, drank)	Ingredients	Where was it prepared/ Who prepared it?	Example: Banh mi	Bread, cucumber, pork pate, onion		Tea	Tea, sugar, lemon		Rice with stir-fried vegetable	White rice, cabbage, carrot, green leafy	
Dishes (ate, drank)	Ingredients	Where was it prepared/ Who prepared it?											
Example: Banh mi	Bread, cucumber, pork pate, onion												
Tea	Tea, sugar, lemon												
Rice with stir-fried vegetable	White rice, cabbage, carrot, green leafy												

	C) Good for health D) For pregnancy or breastfeeding E) Other reasons []
13	If you <u>do not</u> take any milk or milk products so often (less than once a week) as mentioned in above, please choose reasons (multiple answers allowed) A) I do not like it B) Not my habit/routine C) Expensive D) Not suitable for my constitution (Allergy, diarrhea) E) Not possible to keep in cold (not have refrigerator) F) Too much fat or being afraid of gaining G) Other reasons []
14	Do you take any supplement? Please circle a number A) Yes. If "Yes" what is it ? a) Iron or Fe b) Calcium c) Vitamin A d) Vitamin C e) Vitamin E f) Multivitamin g) Other [] B) No
15	Do you feel poor health as below in last three months? Please circle numbers (multiple answers allowed) A) Dizzy B) Menstrual pain C) Cold D) Rough skin E) Getting tired easily F) Irritating G) Irregular menstruation H) Mouth ulcer

	A) Mobile telephone (exclude smart phone) B) Smart phone C) Tablet D) None of them in above
24	Have you given birth? A) No B) Yes, once C) Yes, twice D) Yes, three times E) Yes, more than four times
25	Are you pregnant now? A) No B) Yes C) I do not know.



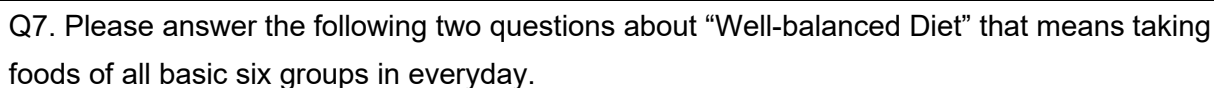
Date: / /20 No.

Questionnaire after the seminar “Nutrition for women to have healthy life”

Q1. Did you enjoy today's seminar? Please answer by Part I and Part II?	
Part I: “Nutrition for women to have healthy life”? A) Yes, very much B) Yes C) More or less D) No, so much E) Not at all Any comment	Part II: How to use Nutrition Fortified Foods wisely～Milk for Women～ A) Yes, very much B) Yes C) More or less D) No, so much E) Not at all Any comment
Q2. Could you understand the contents of the seminar?	
Part I: “Nutrition for women to have healthy life”? A) Yes B) More or less C) No, so much D) Not at all Any comment	Part II: How to use Nutrition Fortified Foods wisely～Milk for Women～ A) Yes B) More or less C) No, so much D) Not at all Any comment
Q3. How do you evaluate visual presentation material (picture, figure)?	
Part I: “Nutrition for women to have healthy life”? A) Very easy to understand B) Easy to understand C) Appropriate D) Difficult to understand E) Very difficult to understand Any comment	Part II: How to use Nutrition Fortified Foods wisely～Milk for Women～ A) Very easy to understand B) Easy to understand C) Appropriate D) Difficult to understand E) Very difficult to understand Any comment



Q4. How do you evaluate lecturers' explanation?	
Part I: "Nutrition for women to have healthy life"? A) Very easy to understand B) Easy to understand C) Appropriate D) Difficult to understand E) Very difficult to understand Any comment	Part II: How to use Nutrition Fortified Foods wisely~Milk for Women~ A) Very easy to understand B) Easy to understand C) Appropriate D) Difficult to understand E) Very difficult to understand Any comment
Q5. How do you evaluate level of the contents?	
Part I: "Nutrition for women to have healthy life"? A) Very easy to understand B) Easy to understand C) Appropriate D) Difficult to understand E) Very difficult to understand Any comment	Part II: How to use Nutrition Fortified Foods wisely~Milk for Women~ A) Very easy to understand B) Easy to understand C) Appropriate D) Difficult to understand E) Very difficult to understand Any comment
Q6. How do you evaluate volume of the contents?	
Part I: "Nutrition for women to have healthy life"? A) Too much B) Appropriate C) Too small Any comment	Part II: How to use Nutrition Fortified Foods wisely~Milk for Women~ A) Too much B) Appropriate C) Too small Any comment



A) Yes, very much
B) Yes
C) More or less
D) No, so much
E) Not at all

- A) Yes, very much
- B) Yes
- C) More or less
- D) No, so much
- E) Not at all

Q8. Please answer the following two questions about important nutrients for women that help to solve some poor health conditions.

A) Yes, very much
B) Yes
C) More or less
D) No, so much
E) Not at all

- A) Yes, very much
- B) Yes
- C) More or less
- D) No, so much
- E) Not at all

A) Yes, very much
B) Yes
C) More or less
D) No, so much
E) Not at all

A) Yes

B) No

G) Other [_____]

3



- A) Yes, very much
- B) Yes
- C) More or less
- D) No, so much
- E) Not at all

Q13. Why did you found/not found interested in “Milk for Women”? Please write the reasons.

Q14. How do you evaluate nutritional value of “Milk for Women”?

- A) Highly evaluate
- B) Evaluate
- C) More or less
- D) No evaluate
- E) No evaluate at all

Any comments

Q15. How do you evaluate convenience of use of “Milk for Women”?

- A) Very convenient
- B) Convenient
- C) More or less
- D) Not convenient/Burdensome preparation
- E) Not convenient at all

Any comments

Q16. How do you evaluate taste of “Milk for Women”?

- A) I like very much
- B) I like
- C) More or less
- D) I do not like so much
- E) I do not like

Any comments



Q17. Do you wish to buy “Milk for Women” by yourself?

- A) Yes, very much
- B) Yes
- C) No option (Yes and No)
- D) Not so much
- E) Not at all

Q18. Why do you wish/not wish to buy “Milk for Women”? Please write the reasons.

Q19. If you choose A, B or C at Q15, how much amount in maximum can you spend on “Milk for Women” for one glass? Please circle your idea if you buy or not buy for each price.

10000 dong : A) I buy	B) I do not buy	7500 dong : A) I buy	B) I do not buy
9000 dong : A) I buy	B) I do not buy	7000 dong : A) I buy	B) I do not buy
8500 dong : A) I buy	B) I do not buy	6500 dong : A) I buy	B) I do not buy
8000 dong : A) I buy	B) I do not buy	6000 dong : A) I buy	B) I do not buy

Q20. How much amount in maximum can you spend on "Milk for Women" in the case a part of the price will contribute to nutrition promotion for Vietnamese Women?

10000 dong : A) I buy	B) I do not buy	7500 dong : A) I buy	B) I do not buy
9000 dong : A) I buy	B) I do not buy	7000 dong : A) I buy	B) I do not buy
8500 dong : A) I buy	B) I do not buy	6500 dong : A) I buy	B) I do not buy
8000 dong : A) I buy	B) I do not buy	6000 dong : A) I buy	B) I do not buy

Q21. How old are you? Please circle a number.

- | | |
|---------------------|---------------------|
| A) Younger than 19 | E) Between 35 to 39 |
| B) Between 20 to 24 | F) Between 40 to 44 |
| C) Between 25 to 29 | G) Between 45 to 49 |
| D) Between 30 to 34 | H) Older than 50 |

Q22. Please write your feedback (questions or comments) on today’s seminar, if you have any.

Thank you very much!

別添8 栄養バランスチェックゲーム実施後アンケート_ベトナム語・日本語

朝食栄養バランスチェック実施後アンケート

職業 Occupation Nghề nghiệp

会社員、経営者、自営、主婦 無職 その他()

Company employee Company executive Self-employed Homemaker Unemployed Other ()

Nhân viên công ty, giám đốc công ty, tự kinh doanh, nội trợ, thất nghiệp, khác ()

所属組織名（任意） Name of organization you belong to (arbitrary)

Tên tổ chức, công ty của bạn (Tùy chọn)

部署名（任意） name of division or group you belong to (arbitrary)

Tên bộ phận của bạn (tùy chọn)

氏名 (任意) your name (arbitrary)

Tên của bạn (Tùy chọn)

① 栄養チェックは楽しめましたか？

Have you enjoyed the nutrition check ?

Bạn có thích bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng vừa rồi không?

はい、とても Yes, very much Có, tôi rất thích

はい Yes Có

まあまあ So so Bình thường

いいえ No Không

② 栄養バランスチェックについて、当てはまるものを全て選んでください。（複数回答可）

Please check the followings that suits your opinion (Multiple answers possible).

Hãy chọn những ý mà bạn thấy phù hợp với bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng.

操作が簡単 Easy to use Dễ sử dụng

操作が難しい Difficult to use Khó sử dụng

栄養グラフはわかりやすい the graph of the nutrition balance was easy to understand Tháp dinh dưỡng dễ hiểu

栄養グラフはわかりにくい the graph of nutrition balance was difficult to understand Tháp dinh dưỡng khó hiểu

メニュー は掲載しているもので十分 the variety and number of dishes were enough Các món ăn đa dạng, đầy đủ

メニューを追加してほしい some dishes needs to be added to the list Cần bổ sung một số món ăn

③追加したいメニューがあれば3つまで記入してください () () ()

Name the dishes you couldn't find and wish to add (up to 3) () () ()

Nếu bạn muốn bổ sung món ăn, hãy liệt kê tối đa 3 món () () ()

④朝食栄養バランスチェックの内容は参考になりましたか？

Did you find the nutrition check useful ?

Bạn có thấy bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng hữu ích không?

はい、とても Yes, very much Có, rất hữu ích

はい Yes Có

まあまあ So so Bình thường

いいえ No Không

⑤栄養バランスチェック実施前には、食事の栄養バランスについて関心がありましたか？

How much were you interested in nutrition balance of your diet before you tried this nutrition check?

Trước khi thực hiện bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng, bạn có quan tâm đến cân bằng dinh dưỡng bữa ăn của mình không?

大変関心があった I had very much interest in Tôi rất quan tâm

関心があった I had some interest in Tôi có quan tâm

あまり関心がなかった I didn't have so much interest in Tôi không quan tâm nhiều lắm

関心がなかった I had no interest Tôi không quan tâm

⑥栄養バランスチェック実施後、食事の栄養バランスにどれだけ関心がありますか

Now, how much are you interested in nutrition balance of your diet after you tried the nutrition check?

Sau khi thực hiện bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng, bạn quan tâm đến cân bằng dinh dưỡng bữa ăn của mình ở mức độ nào?

大変関心がある I have very much interest in Tôi rất quan tâm

関心がある I have some interest in Tôi có quan tâm

あまり関心がない I don't have so much interest in Tôi không quan tâm nhiều lắm

関心がない I have no interest Tôi không quan tâm

⑦食事の栄養バランスについてもっと知りたいと思いますか？

Do you want to know more about nutrition balance of diet ?

Bạn có muốn tìm hiểu thêm về cân bằng dinh dưỡng bữa ăn không?

はい、とても Yes, very much Có, tôi rất muốn

はい Yes Có

まあまあ So so Bình thường

いいえ No Không

⑧ご自身の栄養バランスを改善したいと思いますか？

Do you wish to improve nutrition balance of your diet?

Bạn có muốn cải thiện cân bằng dinh dưỡng bữa ăn của mình không?

はい、とても Yes, very much Có, tôi rất muốn

はい Yes Có

まあまあ So so Bình thường

いいえ No Không

⑨ご自身のスマートフォンやPCから栄養バランスチェックができた場合、活用したいですか？

Would you like to use nutrition check software like this if available on your smartphone or PC ?

Nếu bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng có thể thực hiện trên điện thoại hoặc máy tính của bạn, bạn có muốn sử dụng không?

毎日使いたい I would use it everyday Tôi sẽ sử dụng hằng ngày

週に数回使いたい I would use it a few times a week Tôi sẽ sử dụng vài lần một tuần

月に数回使いたい I would like to use it several times a month Tôi sẽ sử dụng vài lần một tháng

いいえ I don't want to use it. Tôi không muốn sử dụng

⑩基本的な栄養に関するビデオ（上映時間 15 分程度）があれば視聴したいですか？

Do you want to watch a video on basic nutrition (lasting for about 15 minutes) if available ?

Nếu có video về dinh dưỡng cơ bản (khoảng 15 phút) bạn có muốn xem không?

はい、とても I would love to Có, tôi rất muốn

はい Yes Có

あまり関心がない I haven't got much interest Tôi không quan tâm lắm

いいえ No Không

⑪手軽に栄養バランスを改善できる栄養食品の情報があれば知りたいですか？

Do you wish to get information of nutrition supplement that could help improve nutrition balance if available ?

Bạn có muốn nhận thông tin về thực phẩm chức năng giúp bạn cải thiện cân bằng dinh dưỡng không?

はい、とても I would love to Có, tôi rất muốn

はい Yes Có

あまり関心がない I haven't got much interest Tôi không quan tâm lắm

いいえ No Không

○12 このような栄養バランスチェックを家族や友人に勧めたいですか？

Would you recommend nutrition check game like this to your family members or friends if available?

Bạn có muốn giới thiệu bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng này cho gia đình và bạn bè không?

はい、とても Yes, very much Có, tôi rất muốn

参考にリンクを教えてもよい I can share the link for their reference Tôi có thể giới thiệu để họ tham khảo

勧めるには改良が必要 Some improvements are necessary for recommendation. Cần cải thiện thêm để có thể giới thiệu

いいえ No Không

○13 ご意見、感想等自由に記載ください。

Feel free to write down your impression or opinion.

Hãy ghi lại ý kiến, cảm nhận của bạn

栄養バランスチェックの評価アンケートへのご協力ありがとうございました。

Thank you for your cooperation in answering the questionnaire on the nutritional balance check.

Cảm ơn bạn đã hợp tác trả lời bộ câu hỏi đánh giá bài kiểm tra cân bằng dinh dưỡng.