

最近の中国の牛乳・乳製品需給動向



Agriculture & Livestock Industries Corporation
独立行政法人農畜産業振興機構
調査情報部国際調査グループ
伊澤 昌栄 (izawa@alic.go.jp)

内容

1 生乳生産および乳価の動向

2 牛乳・乳製品の生産量

3 乳業各社による国外生産拠点の設置

4 輸入動向

5 消費動向

6 今後の見通し



1 生乳生産および乳価の動向

牛乳・乳製品の需給動向(2013年)

	生産量(万トン)	輸入量(万トン)	輸出量(万トン)	消費量(万トン)
中国	3,531	1,224	19	4,736

資料: FAOSTAT

注: 生乳換算。消費量=生産量+輸入量-輸出量。

世界の生乳生産量上位10カ国(2013年)

順位	国名	生産量(万トン)	世界計に占める割合(%)
1	米国	9,127	14.4
2	インド	6,060	9.5
3	中国	3,531	5.6
4	ブラジル	3,426	5.4
5	ドイツ	3,112	4.9
6	ロシア	3,029	4.8
7	フランス	2,371	3.7
8	NZ	1,888	3.0
9	トルコ	1,666	2.6
10	英国	1,394	2.2
(参考)	日本	751	1.2
その他		27,203	42.8
世界計		63,558	100.0

資料: FAOSTAT

中国の生乳生産量上位10省・自治区(2014年)

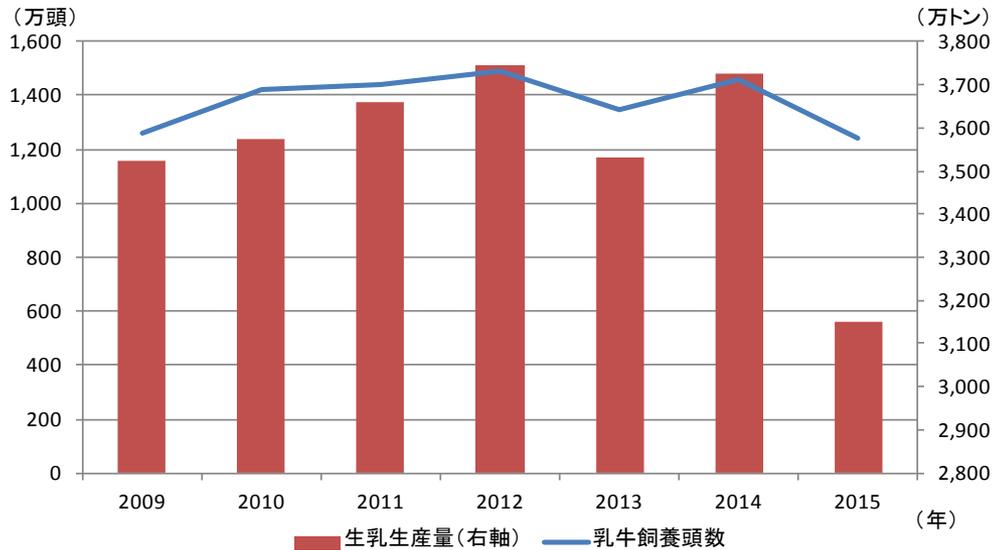
順位	地域	省・自治区名	乳牛飼養頭数(万頭)	生産量(万トン)	全国に占める割合(%)	
					飼養頭数	生産量
1	内陸(西部)	内モンゴル	229	788	15.9	21.2
2	内陸(中部)	黒竜江	192	557	13.3	14.9
3	沿岸	河北	191	488	13.3	13.1
4	内陸(中部)	河南	101	332	7.0	8.9
5	沿岸	山東	125	280	8.7	7.5
6	内陸(西部)	新疆(しんきょう)ウイグル	185	148	12.9	4.0
7	内陸(西部)	陝西(せんせい)	47	145	3.2	3.9
8	内陸(西部)	寧夏回族(ねいかかいぞく)	34	136	2.4	3.6
9	沿岸	遼寧(りょうねい)	31	131	2.1	3.5
10	内陸(中部)	山西	32	96	2.2	2.6
全国計			1,441	3,725	100.0	100.0

資料: 中国乳業年鑑

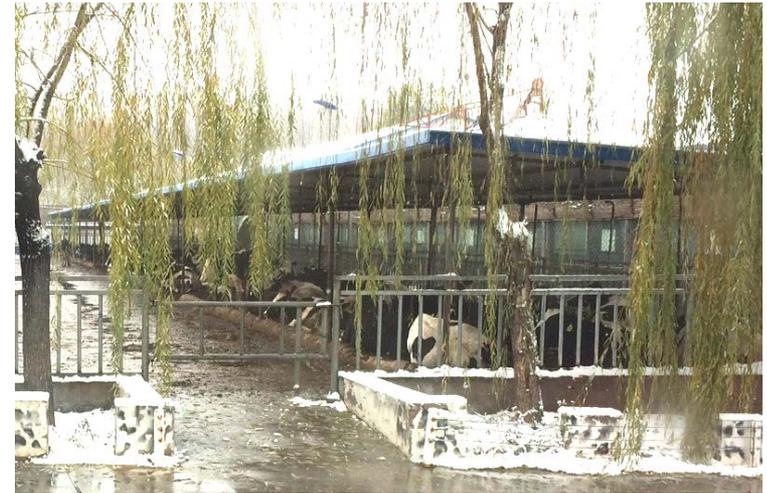
- 2013年の中国の生乳生産量は世界3位、世界計に占める割合は5.6%
- 生乳生産量が多いが、消費量の3割近くは輸入
- 生乳生産量第1位の内モンゴル自治区は、日本の生産量を上回る

(1) 生乳生産動向

乳牛飼養頭数および生乳生産量の推移



資料: 中国乳業年鑑
注: 2015年は見込み。

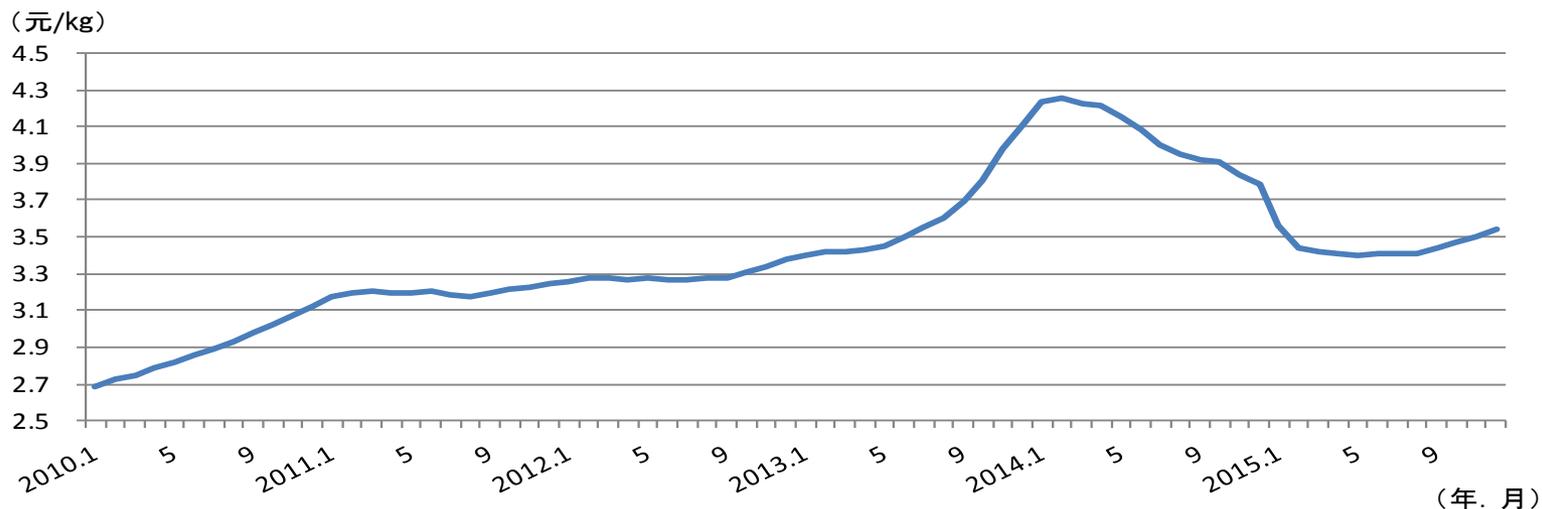


北京市郊外の有機ヨーグルトを生産する国内乳業メーカーの直営牧場
経営者は異業種からの参入

- ・ 乳牛飼養頭数および生乳生産量は、所得の向上、政府の健康増進施策などによる牛乳・乳製品需要の増加を背景に、中長期的には拡大傾向
- ・ 生乳生産の4割は、全体の1%程度である100頭以上の大規模酪農家が産出

(2) 乳価の推移

平均乳価の推移



資料: 農業部畜産局

注: 統計の集計対象範囲は河北、山西、内モンゴル、遼寧、黒竜江、山東、河南、陝西、寧夏、新疆ウイグルの10省・自治区で、全国の生乳生産量の8割強を占める。

- 生乳は自由取引で、生産者ごとに乳価が異なり、小規模酪農家より大規模酪農家の方が高単価
- 酪農家は、前年の乳価水準に生産意欲が左右される傾向

2 牛乳・乳製品の生産量

牛乳・乳製品生産量上位10省・自治区(2013年)

順位	地域	省・自治区名	生産量(トン)	販売額2000万元 以上の企業数(社)	全国に占める割合(%)	
					生産量	企業数
1	内陸(西部)	内モンゴル	3,009,200	64	11.2	9.7
2	沿岸	河北	2,981,200	35	11.0	5.3
3	沿岸	山東	2,747,300	74	10.2	11.2
4	内陸(中部)	黒竜江	2,137,400	62	7.9	9.4
5	内陸(中部)	河南	1,930,600	43	7.2	6.5
6	内陸(西部)	陝西	1,839,800	45	6.8	6.8
7	沿岸	江蘇	1,416,300	26	5.2	4.0
8	沿岸	遼寧	966,900	22	3.6	3.3
9	内陸(西部)	四川	949,200	17	3.5	2.6
10	内陸(中部)	安徽(あんき)	940,500	13	3.5	2.0
全国計			26,980,300	658	100.0	100.0

資料: 中国乳業年鑑
注: 製品ベース。

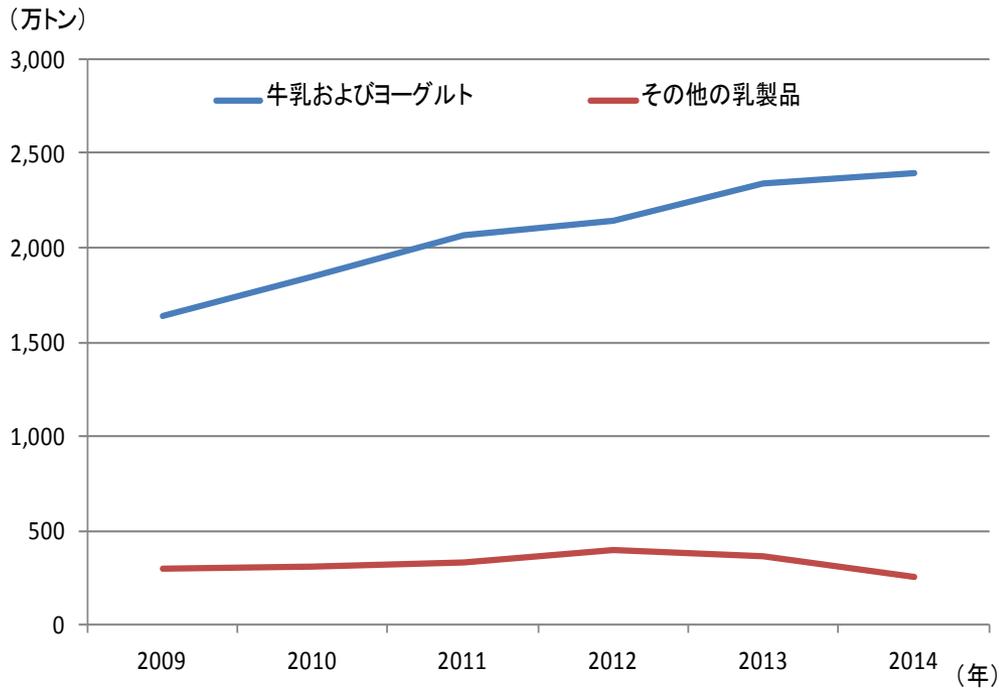
販売額上位5国内乳業メーカー(2013年)

順位	社名	販売額	
		(億元)	円換算(億円)
1	伊利(いり)	478	8,600
2	蒙牛(もうぎゅう)	434	7,805
3	光明(こうめい)	163	2,932
4	貝因美(かいいんび)	61	1,101
5	三元(さんげん)	38	682

資料: 中国乳業年鑑
注: 1円=18円

- 2013年の国内牛乳・乳製品生産量のうち、生乳生産上位5産地が全体に占める割合は47.5%
- 2013年の販売額上位5国内乳業メーカーは、4社が牛乳、ヨーグルトを主体とし、1社が育児用調整粉乳(育粉)専業

牛乳・乳製品生産量の推移



資料：中国乳業年鑑
注：製品ベース。



前出の乳業メーカーの製品タンク
1階部分は製品梱包スペース

- 健康志向の高まりにより、牛乳およびヨーグルトの生産量は増加傾向
- 輸入品志向による育粉の需要減などにより、乳製品の生産量は2012年以降減少傾向

3 乳業各社による国外生産拠点の設置

主要乳業メーカーによる国外投資①

企業名	相手国	投資などの内容
伊利	NZ	2013年初め、南島カンタベリー地方で年間生産能力4.7万トンの育粉工場を建設。投資額は11億300万元(209億5700万円)で、2014年6月に稼働。さらに2014年8月、1億1500万元(21億8500万円)を追加投資。この工場活用の目的は、フォンテラ(FONTERRA)への原料依存度を下げることで、ここで生産された粉乳は、伊リの原料粉乳として利用。
	米国	2013年7月、米国最大の乳業メーカーであるDFAと原料生乳供給契約を締結。2014年11月、同社と合併でカンザス州に粉乳工場を建設。ここで生産された粉乳は、中国をはじめ世界各地に輸出。
	イタリア	2013年11月、イタリア最大の乳業メーカーであるステリルガルダアリメンティ(STERILGARDA ALIMENTI S.p.A)と戦略的連携に合意。同社は、伊リ向けにLL牛乳を生産。
蒙牛	NZ	2013年1月、子会社である雅士利に11億元(209億円)を投資し、同社が北島ワイカト地方に育粉工場を建設。ここで生産された粉乳を中国に輸出。

資料:聞き取りにより機構作成

3 乳業各社による国外生産拠点の設置

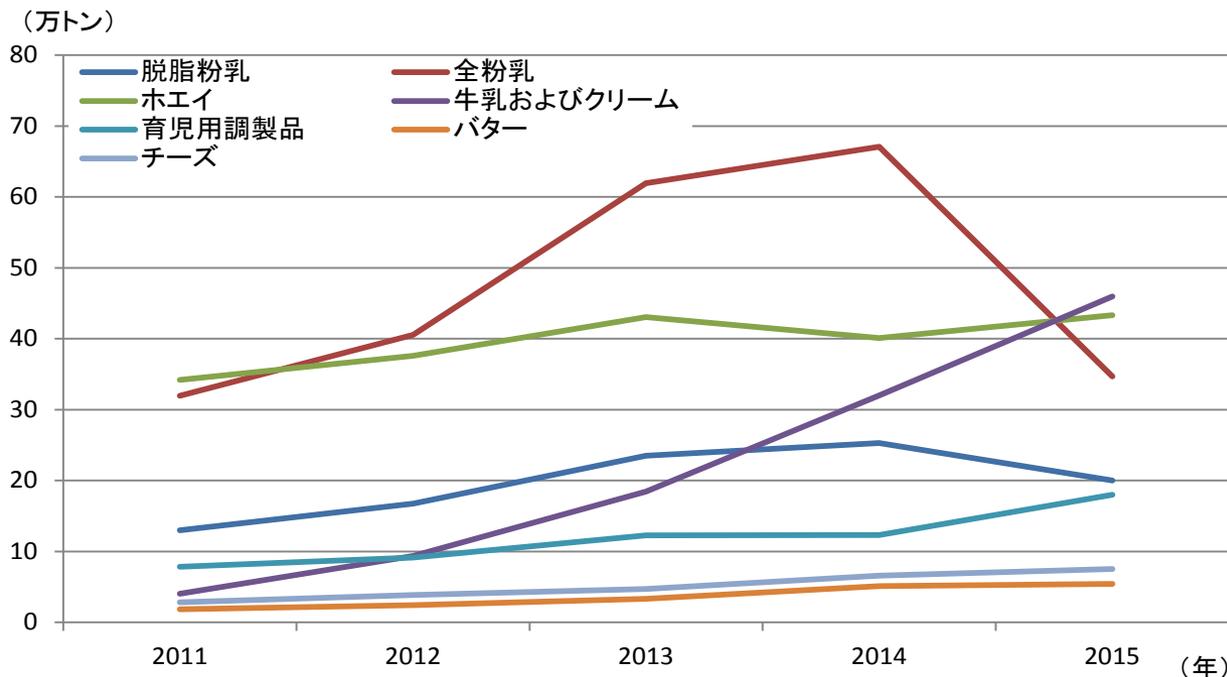
主要乳業メーカーによる国外投資②

企業名	相手国	投資などの内容
光明	NZ	2010年9月、NZの乳業メーカーであるシンレイ(SYNLAIT)に対して3億8200万元(72億5800万円)出資。光明は、同社製育粉をハイエンド商品として中国に輸出。
	豪州	2014年4月、豪州の乳業メーカーであるPDGと戦略的連携に合意。これにより光明は豪州で牛乳などを製造し、中国に輸出。
	イスラエル	2015年3月、イスラエル最大の乳業メーカーであるツヌバ(TNUVA)を193億元(3667億円)で買収。同社の主力はソフトチーズで、中東、米国、欧州市場に参入。 光明は、乳業以外の製糖業、畜産業の海外企業の買収を進めることで、グループとしてのグローバル化を模索。
聖元(せいげん)国際	フランス	フランスの乳業組合であるソディアール(SODIAAL)と提携し、2014年にフランスのブルターニュ地方に大規模育粉工場を建設。
貝因美	アイルランド	アイルランドに育粉工場を建設。
国外乳業メーカー	アイルランド	各国の主要乳業メーカー(フランス:ダノン(DANONE)、米国:ワイズ(WYETH)、アボット(ABBOTT))が中国向け生産拠点をNZからアイルランドに移転。

資料:聞き取りにより機構作成

4 輸入動向

牛乳・乳製品輸入量の推移



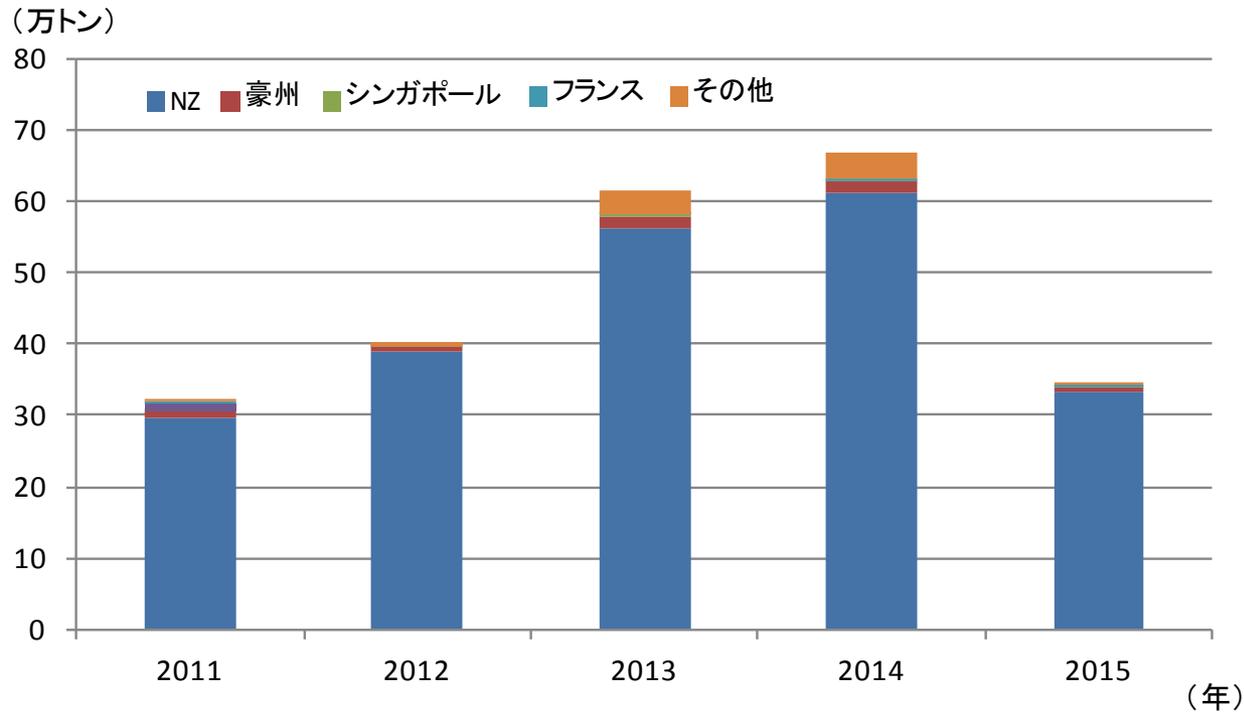
資料:「Global Trade Atlas」

注: HSコード040210(脱脂粉乳)、040221および040229(全粉乳)、040410(ホエイ)、0401(牛乳およびクリーム)、190110(育児用調製品(9割が育粉))、040510(バター)、0406(チーズ)。

- 中国は世界第3位の生乳生産国であるものの、牛乳・乳製品の消費量増加に対して国産生乳が供給不足のため、牛乳・乳製品の輸入量は増加傾向
- しかし、在庫過剰となっている全粉乳の輸入量は、2015年に減少

(1) 全粉乳

全粉乳の国別輸入量の推移

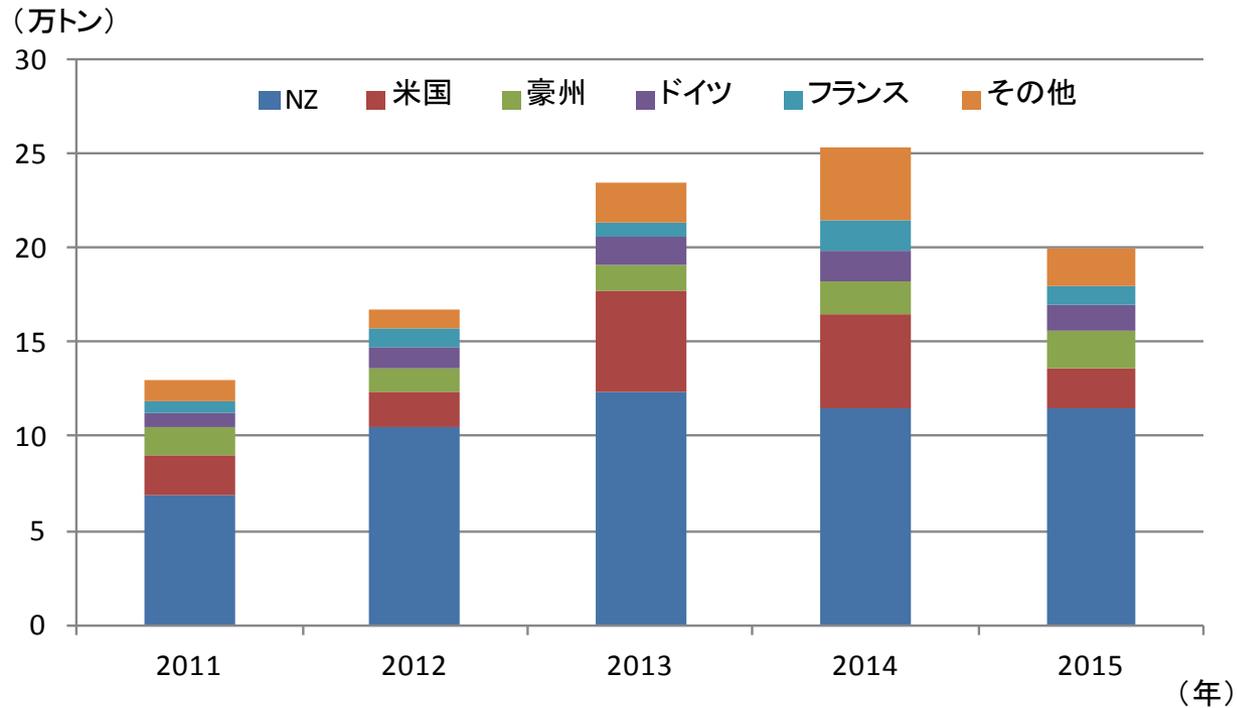


資料:「Global Trade Atlas」
注:040221、040229の合計。

- ・ 全粉乳は、還元乳などの製造において、国産生乳よりも安価なことで2014年まで輸入量は増加傾向
- ・ 2015年は過剰在庫となったため、輸入量は減少

(2) 脱脂粉乳

脱脂粉乳の国別輸入量の推移



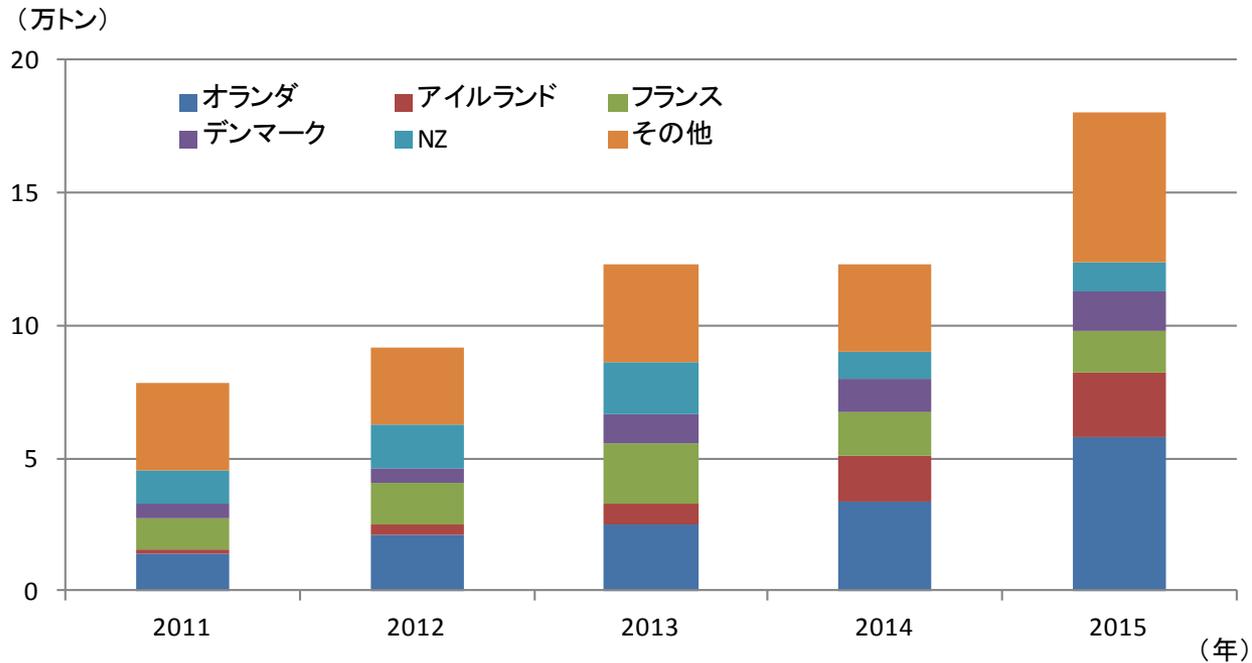
資料:「Global Trade Atlas」

注:040210。

- 脱脂粉乳も、全粉乳同様、2015年は過剰在庫となったため輸入量は減少

(3) 育粉

育粉の国別輸入量の推移

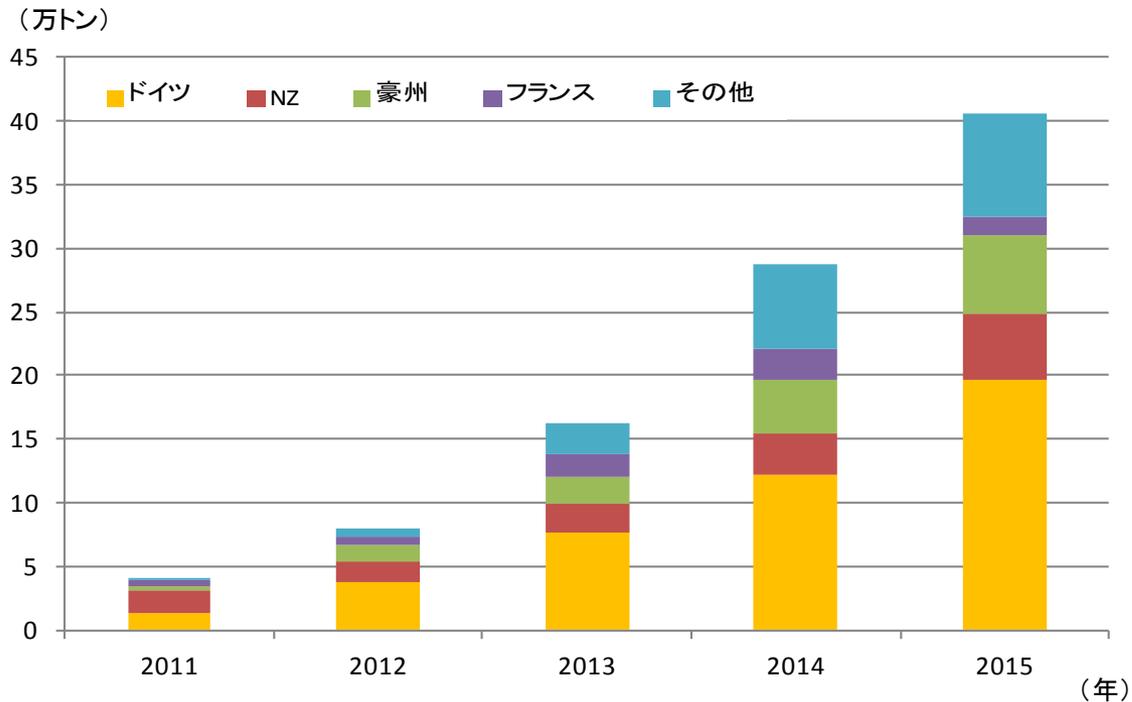


資料:「Global Trade Atlas」
注: 190110(育児用調製品(9割以上が育粉))。

- ・ メラミン事件以降、消費者の輸入品志向が高まったことで、育粉の輸入量は伸長
- ・ 最大の輸入先国はオランダ、次いでアイルランドと、EU産が多い

(4) 牛乳

牛乳の国別輸入量の推移



資料:「Global Trade Atlas」

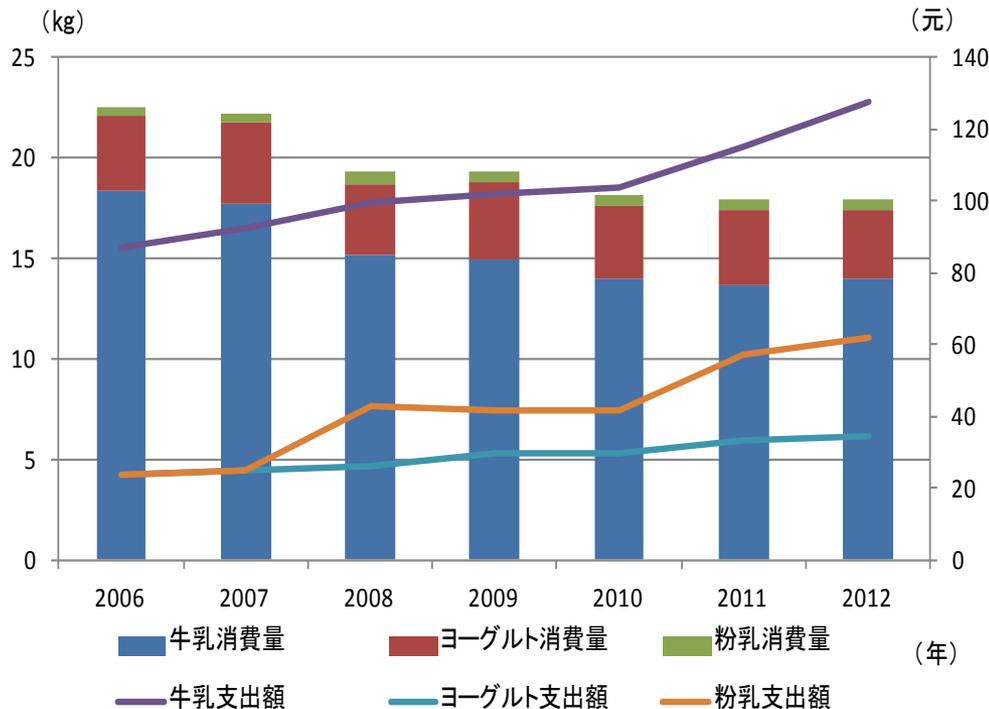
注: 040110、040120、040130、040140の合計。

- ・ メラミン事件に起因する輸入品志向の高まりにより、牛乳の輸入量は大きく伸長
- ・ 最大の輸入先国はドイツで、ドイツなどのEU産は、ロシアによるEU産乳製品禁輸措置により今後も増加見込み

5 消費動向

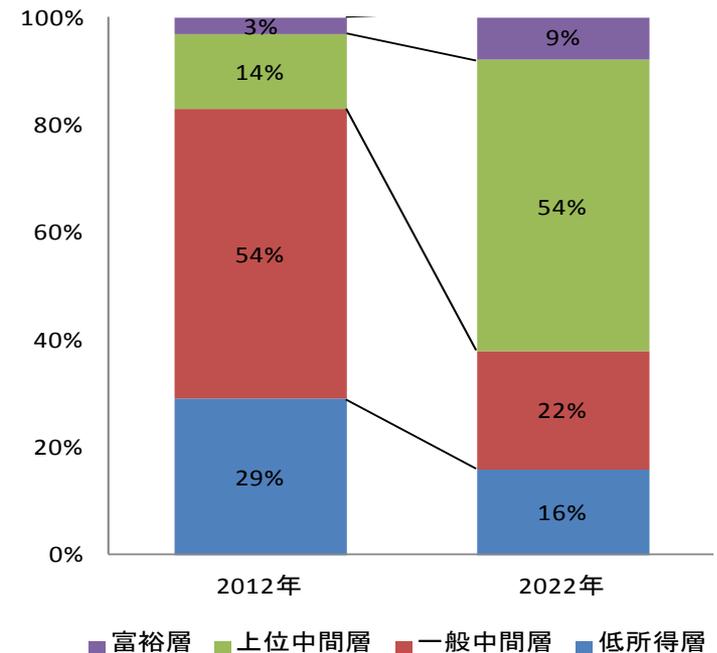
(1) 都市部

都市部における牛乳・乳製品の消費量および支出額の推移



資料: 中国乳業年鑑

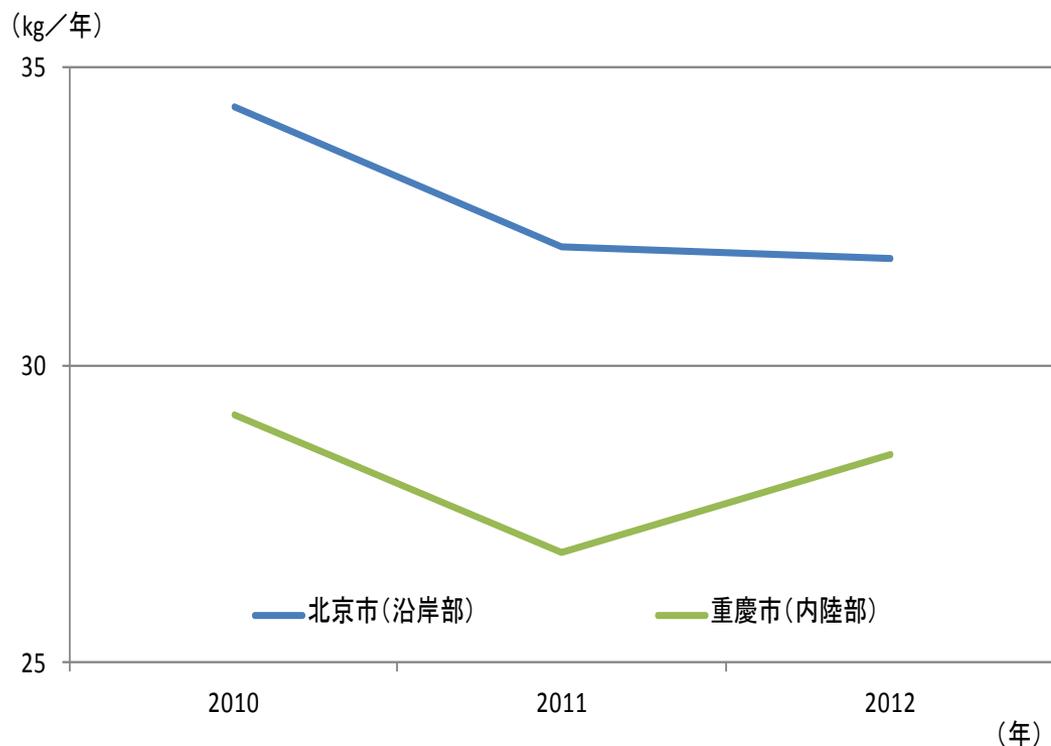
都市部世帯における所得層構成



資料: McKinsey Quarterly「Mapping China's middle class」
 注: 富裕層を年収34,000ドル以上、上位中間層16,000~34,000ドル、一般中間層9,000~16,000ドル、低所得層9,000ドル以下と定義

- ・ 牛乳・乳製品の消費は、落ち着きを見せるも、支出額は上昇傾向
- ・ 消費をけん引しているのは中所得層以上で、これらの層は2022年には2012年より13ポイント増の84%に増加見込み

沿岸部と内陸部の直轄市における牛乳・乳製品の1人当たり年間消費量の推移



資料: 中国統計年鑑



中国では都市化が進行しており、2022年の都市化率目標は60% (2012年は52%)

- ・ 都市部の牛乳・乳製品の消費量を沿岸部と内陸部と比較すると、沿岸部は成熟市場となってきたため消費がやや減少傾向
- ・ 一方、経済発展著しい内陸部は増加傾向

①牛乳 ア LL牛乳



量販店では輸入品の品ぞろえが豊富



冷蔵販売されるLL牛乳も

- ・ 国内で生産・流通する牛乳の8割が常温で6カ月間保存可能なLL牛乳
- ・ 消費者は輸入品志向が高く、国内で流通する牛乳の6割に当たる80ブランドが輸入品で、比較的安価なドイツ産が人気

量販店におけるLL牛乳の価格

種類	容量	価格(元)		主なブランド
			日本円換算(円)	
国産品	250ミリリットル紙パック	2.5 ~ 3.6	45 ~ 64.8	伊利、蒙牛、三元、その他地場乳業メーカー
輸入品	250ミリリットル紙パック	5 ~ 9	90 ~ 162	アーラ(ドイツ産)、多美鮮(ドイツ産)、アンカー(NZ産)など
(参考) ミネラルウォーター	550ミリリットル ペットボトル	1 ~ 3	18 ~ 54	ワハハ、コココーラ中国、ペプシコインクなど

資料：機構調べ

注1：調査日は2015年10月20日（北京市内量販店）。

注2：1元＝18円。

- ・ 多くの量販店で、牛乳販売の主力はLL牛乳
- ・ 価格は、国内乳業メーカーの国産品より輸入品の方が高い傾向

イ チルド牛乳



国外乳業メーカー(日系)の高温殺菌乳(国産品)



国内乳業メーカーの低温殺菌乳

- ・ チルド牛乳は、食の多様化とコールドチェーンの発達により生産・流通量が増加
- ・ 賞味期間がLL牛乳より短いため、流通するチルド牛乳のほとんどが国産品

量販店におけるチルド牛乳の価格

種類	容量	価格(元)		主なブランド	
			日本円換算(円)		
国産品	国内乳業製	1リットル入り紙パック	12.5 ~ 13.9	225 ~ 250.2	三元(低温殺菌牛乳)
	国外乳業製	1リットル入り紙パック	22 ~ 24	396 ~ 432	明治、朝日緑源(両ブランドともUHTチルド牛乳)
輸入品		2リットル入りプラスチックボトル	125	2,250	oravida(NZ産)

資料：機構調べ

注1：調査日は2015年10月20日(北京市内量販店)。

注2：1元=18円。

- ・ 価格は、LL牛乳より高く、国内乳業メーカーの国産品より国外乳業メーカーの国産品の方が高い
- ・ 多くの量販店で、賞味期間の比較的短いチルド牛乳の陳列数は少なめ

ウ その他の牛乳



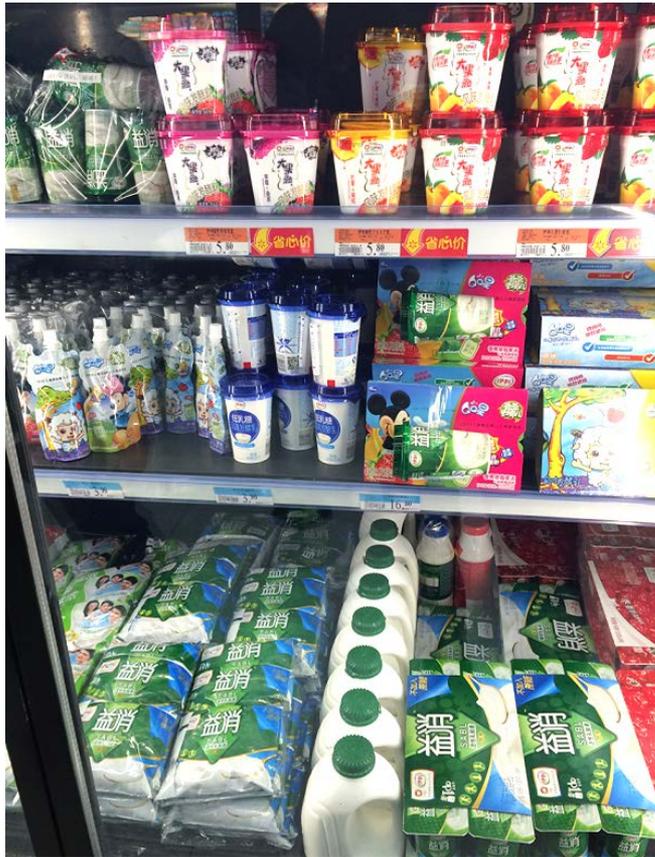
還元乳を用いた幼児牛乳(まとめ売り)



還元乳を用いたフレーバー牛乳

- 子ども向けに「幼児牛乳」「学童乳」といったビタミンやカルシウムなどが添加された牛乳、すべての年代を対象としたフレーバー牛乳も流通

②ヨーグルト

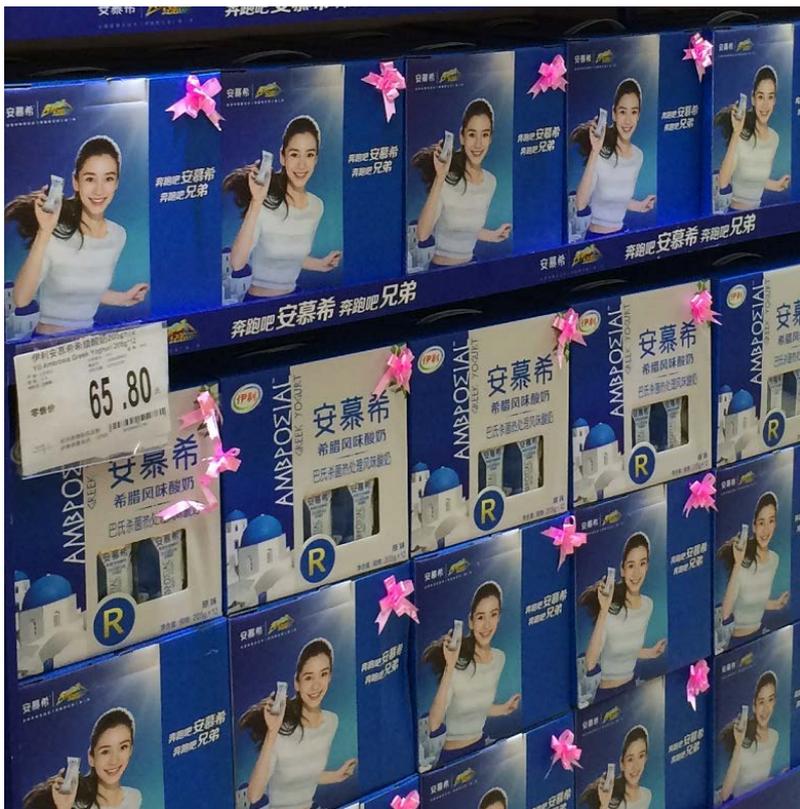


国内乳業メーカーの国産品



国外乳業メーカー(日系)の国産品

- ・ チルド商品のヨーグルトは、コールドチェーンの発達と高まる健康志向などにより生産・流通量が増加



常温保存可能な飲むタイプは、一般的なチルドヨーグルトより高価で帰省土産としても人気

- ・ 常温で4カ月間保存可能な飲むタイプのヨーグルトを大手国内乳業各社が販売したことで、一層消費が拡大

量販店におけるヨーグルトの価格

種類	容量	価格(円)		主なブランド	
			日本円換算(円)		
食べるタイプ					
国産品	国内乳業製	100グラム入りプラスチックカップ	1.8 ~ 5	32.4 ~ 90	伊利、蒙牛、君樂宝など
	国外乳業製の食べるタイプ	100グラム入りプラスチックカップ	3.5 ~ 4.3	63 ~ 77.4	明治、ダノン、九州乳業など
輸入品		100グラム入りプラスチック	6.5	117	bio(韓国産)
飲むタイプ					
国産品	国内乳業製	200ミリリットル入り紙パック	3.3 ~ 8.2	59.4 ~ 147.6	伊利、蒙牛、三元など
輸入品		200ミリリットル入りプラスチックカップ	13.9	250.2	bio(韓国産)

資料：機構調べ

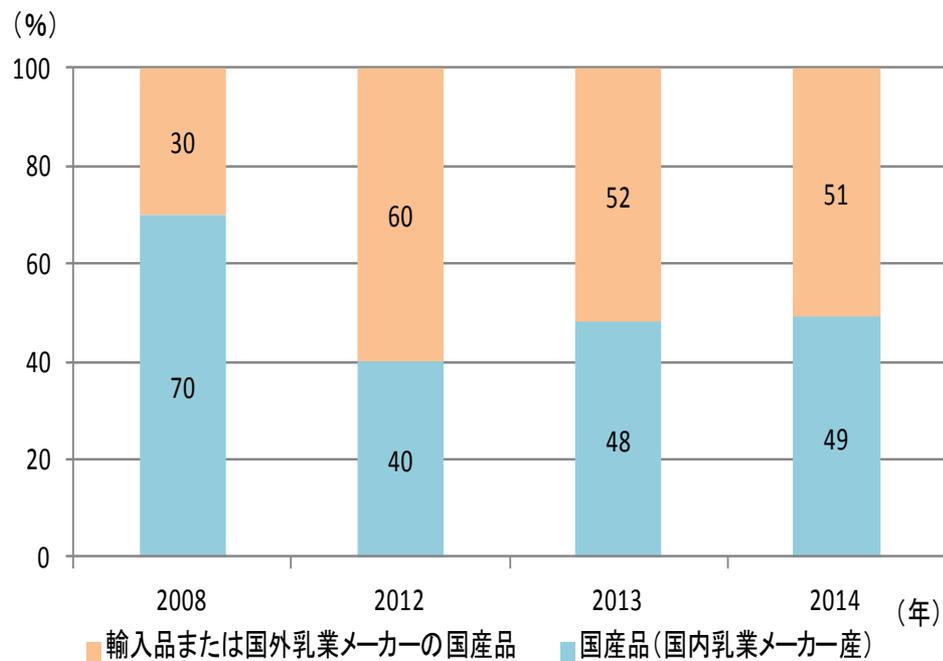
注1：調査日は2015年10月20日(北京市内量販店)。

注2：1元=18円。

- ・ 国内外乳業メーカー各社とも、パッケージやフレーバーで差別化するも、大きな違いは見られず、消費者はブランドで購入

③調製粉乳 ア 育粉

育児用粉乳の国産および外資系ブランドの占有率



資料: 中国乳製品工業協会



量販店では輸入品が多く陳列

- 育粉はメラミン事件以降、輸入品志向が高まっており、輸入品もしくは国外乳業メーカーの国産品のシェアは流通量のほぼ半分

インターネット販売における育児用粉乳の販売量シェア(2014年6月)

NO.	メーカー (中国名)	メーカー (英名)	本社所在地	販売量シェア	平均小売価格 (元/900g)	備考
1	惠氏	WYETH	米国	18.9%	240	ネスレ系列
2	雅培	ABBOTT	米国	13.6%	225	
3	美素佳儿	FRISO	オランダ	12.9%	565	FRISCOと輝山乳業による合併
4	雀巢	NESTLE	スイス	10.7%	195	
5	美贊臣	MEAD JOHNSON	米国	8.5%	219	ダノンが買収を検討中
6	諾優能	NUTRILON	オランダ	6.7%	457	ダノン系列
7	貝因美	BEINGMATE	中国	5.7%	374	フォンテラが18.8%出資
8	可瑞康	KARICARE	NZ	3.7%	585	ダノン系列
9	飛鶴	FEIHE	中国	3.6%	165	
10	雅士利	YASHILI	中国	2.4%	206	蒙牛およびダノン系列
11	その他			13.3%	-	
合計				100.0%	-	

資料: 中国孕婴童産業研究中心

- インターネットの普及により、ネット通販による育粉購入も増加

量販店における育粉の価格

種類	容量	価格(元)		主なブランド	
			日本円換算(円)		
国産品	国内乳業製	900グラム入り缶	136 ~ 265	2,448 ~ 4,770	雅士利国際、貝因美、伊利など
	国外乳業製	900グラム入り缶	179 ~ 205	3,222 ~ 3,690	ネスレ、ワイスなど
輸入品		900グラム入り缶	186 ~ 408	3,348 ~ 7,344	ワイス(アイルランド産)、ミードジョンソン(米国産)など

資料: 機構調べ

注1: 調査日は2015年10月20日(北京市内量販店)。

注2: 1元=18円。

- ・ 量販店では日本同様、医薬品売り場近辺に陳列
- ・ 国内乳業メーカーの中には、「有機育粉」といった高付加価値化商品も

イ その他の調製粉乳



6歳児向けの調製粉乳も販売



中高年向けの調製粉乳は親への
プレゼントとしても人気

- ・ 調整粉乳は、育児用だけでなく、小児、妊婦から中高年向けまで幅広い年代を対象とした商品構成
- ・ 高齢化の加速による活発なシルバービジネスにより、需要は伸長

④乳酸菌飲料



先発の日系飲料メーカーの商品は消費者から根強い人気



同一商品を異なる容量
の容器で売るメーカーも

- ・ チルド商品の乳酸菌飲料も、所得の向上と健康志向の高まりにより消費が拡大
- ・ 2001年に日系飲料メーカーの商品が成功したことで、乳酸菌飲料市場が形成

量販店における乳酸菌飲料の価格

種類	容量	価格(元)		主なブランド	
			日本円換算(円)		
国産品	国内乳業製	100グラム入りプラスチック ボトル(5本入り)	9 ~ 11	162 ~ 198	猛牛、三元、味全など
	国外乳業製	200ミリリットル入り 紙パック	5	90	明治
	国外乳業製	100グラム入りプラスチック ボトル(5本入り)	11	198	ヤクルト

資料：機構調べ

注1：調査日は2015年10月20日(北京市内量販店)。

注2：1元＝18円。

- ・ 量販店で乳酸菌飲料は、ヨーグルトに匹敵する売り場を形成
- ・ 乳業メーカー各社から多くの類似商品が発売

⑤チーズ



量販店内のピザ店のインショップ



冷凍ピザは人気

- ・ チーズは、食の多様化を背景に、外資系レストランなどによるピザなどの提供を通じ、若年層を中心に拡大
- ・ 景気後退による内食回帰により、ピザは家庭向けの中食、冷凍食品も



量販店で取り扱うチーズは、ほとんど輸入品または国外乳業メーカーの国産品

- ・ スライスチーズやキャンディチーズといったプロセスチーズが多く流通し、パン食の普及や子どもの間食用として徐々に伸長
- ・ ナチュラルチーズの消費はほとんど見られない

⑥バター、生クリーム



量販店のバターの取り扱いが少ない



100%生クリーム使用を訴求するケーキ

- ・ パン食が広がりつつあるとはいえ、バターの家庭内消費は伸びておらず、ケーキなどの業務需要が中心
- ・ 生クリームもバター同様、ケーキなどの業務需要により徐々に伸長

⑦その他



100%輸入乳粉使用を訴求するパン

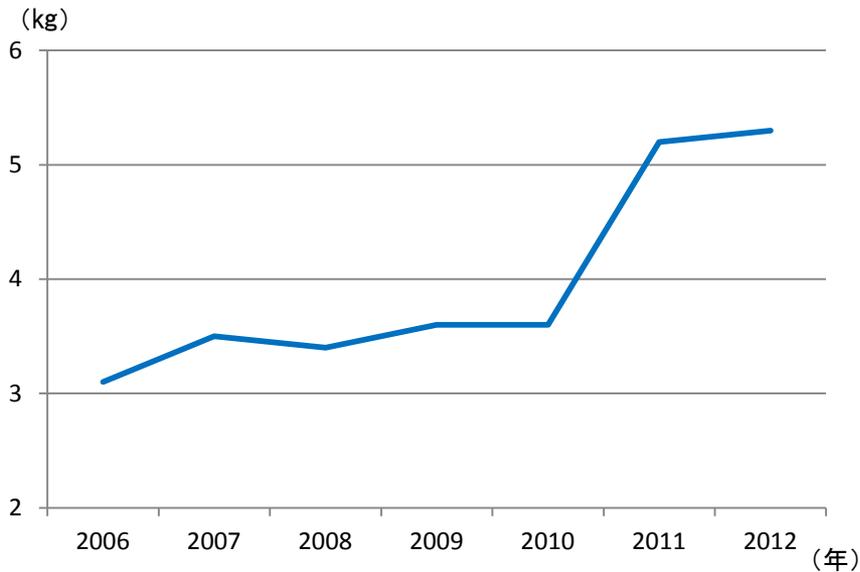


ミルクケーキは子どもに人気

- ・ 食の多様化により、乳製品を原料に使用したパンや菓子などが多く流通
- ・ 乳製品以外の食品向けの原料需要は、今後も伸長

(2) 農村部

農村部における1人当たり牛乳・乳製品消費量の推移



資料：中国乳業年鑑
注：製品ベース。



農村部では冷蔵庫の普及が半分程度のため、消費はLL牛乳が中心

- ・ 農村部の牛乳・乳製品の消費量は大きく伸長し、2012年は前年比1.9%増の5.3キログラム
- ・ 都市部より所得が少なく、消費量は都市部の3分の1程度であるため、牛乳・乳製品消費のけん引は、成熟市場化した都市部から農村部へシフト

6 今後の見通し

☆ 中国は、経済の減速が見られるものの、内陸部を含めた市場全体では、所得の向上と健康志向が当面継続することから、今後の牛乳・乳製品消費は引き続き伸長

- ・ チルド牛乳・乳製品需要は、コールドチェーンの整備や農村部の冷蔵庫の普及によりさらに高まる見込み
- ・ 一人っ子政策廃止による出生率の上昇が実現すれば、国産育粉は再び成長
- ・ 高齢化の加速により、中高年向けの調製粉乳の需要も徐々に拡大
- ・ 食の多様化により、チーズ、バターといった家庭内消費の少ない乳製品の需要や、パンや菓子への乳製品の食品原料需要も伸長

☆ 牛乳・乳製品需要が伸長する一方、国産品の売れ行きは伸び悩み

- ・ 国内外乳業各社は、輸入原料使用を前面に打ち出したり、国外に製造拠点を整備することで、輸入品志向の消費者ニーズに対応

☆ 現段階では、牛乳・乳製品需給バランスの維持には輸入が必須

- ・ 「国際市場と海外の資源を積極的、主体的に利用すべき」(第3回中国食糧サミットでの中国政府関係者によるコメント)

⇒ これらのことから中国は、国際乳製品市場の巨大な買い手として、今後も強い影響力を維持すると思われる

メールマガジンのご案内

独立行政法人農畜産業振興機構では、毎月、畜産、野菜、砂糖及びでん粉に関する情報につきまして、情報誌とホームページによりご提供しています。

これら情報誌の記事と統計データは、当機構のホームページ
<http://www.alic.go.jp> でもご覧いただけます。

また、各種メールマガジンにより、情報誌の記事の内容や海外情報の新着情報、ALICセミナーの開催などをご案内いたしますので、配信をご希望される方は、当機構ホームページの右の「メールマガジン」のボタンからご登録をお願いいたします。



ご清聴ありがとうございました。

農畜産業振興機構は、

国産農畜産物の安定供給を図るため、
生産者の経営安定対策、需給調整・価格安定対策、緊急対策、
情報収集・提供に関する業務を実施しています。

- ◇ この資料は、情報提供を目的とするものであり、取引・投資判断の基礎とすることを目的としていません。
- ◇ この資料の正確性の確認等は、各個人の判断でお願いします。
- ◇ 提供した情報の利用に関して、万一、不利益を被る事態が生じたとしても、ALICは一切の責任を負いません。