

タイにおける牛乳・乳製品 の需給動向



独立行政法人農畜産業振興機構
調査情報部 小林 智也

1. はじめに
2. 生産動向
3. 消費動向
4. 酪農振興策
5. まとめ

1. はじめに

- タイのGDPの成長率は近年3～4%で推移
- 一人当たりの名目GDPはASEANの中で、第3位

タイの牛乳・乳製品の需給動向(2018年)

(単位:千トン)

生産量	輸入量	輸出量	消費量
1,233	1,594	282	2,545

資料:タイ農業協同組合省農業経済局□FAO「FOOD OUTLOOK」

注:生乳換算。消費量は、「生産量+輸入量-輸出量」で算出。

2. 生産動向

タイ酪農の概要

乳用牛の飼養頭数(2018年)
約66万頭

100,000頭～



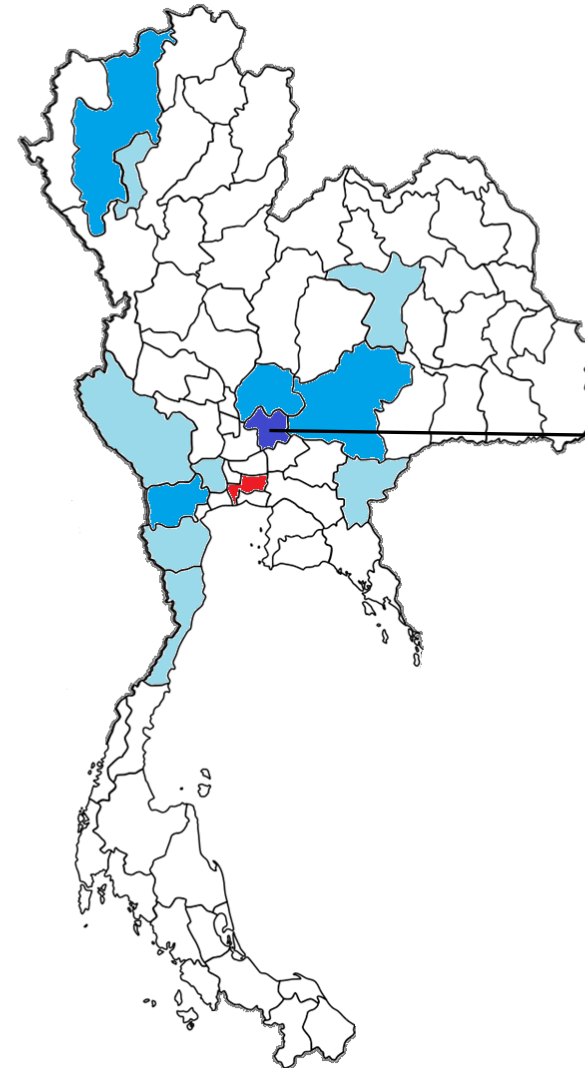
50,000頭～99,999頭



10,000頭～49,999頭



(参考)バンコク都



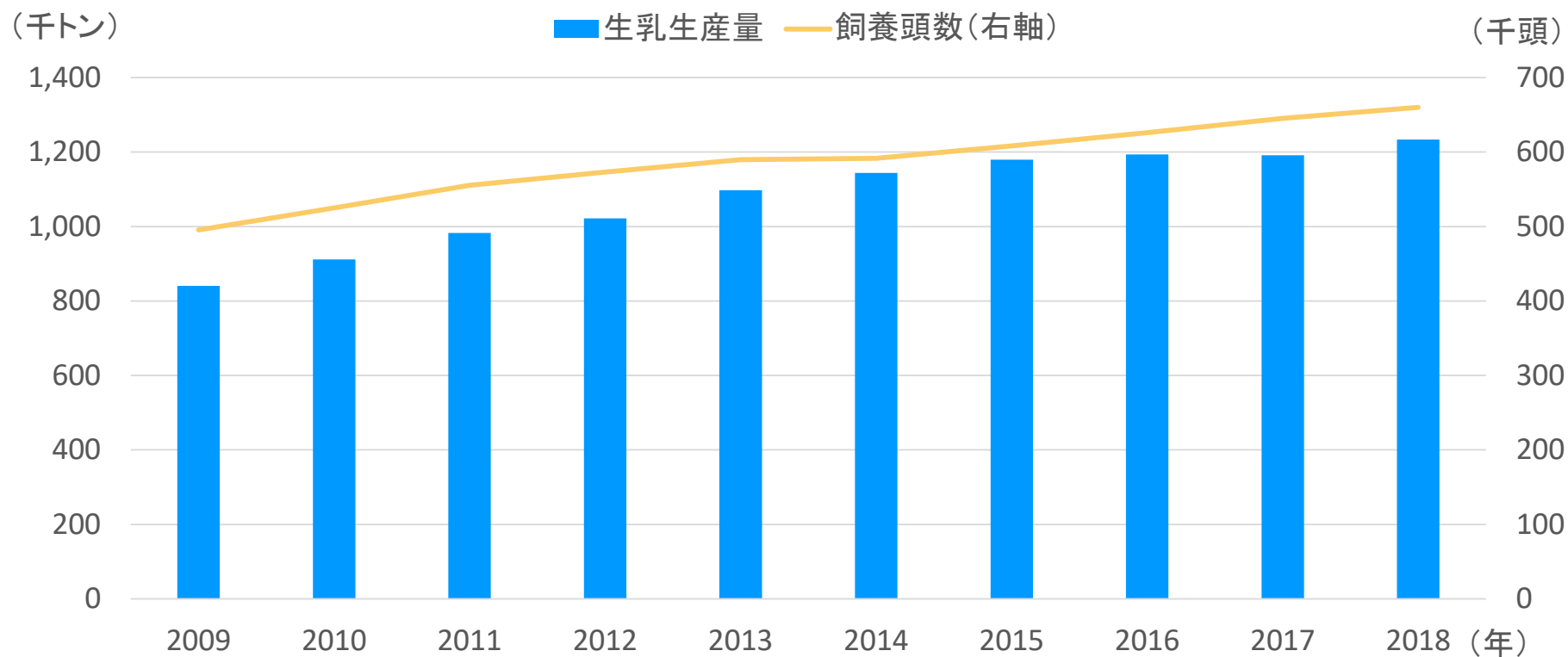
サラブリ県



資料:タイ農業協同組合省農業経済局
より農畜産業振興機構作成

飼養頭数と生乳生産量の推移

- 学校牛乳プログラムを含む牛乳・乳製品需要の増加
- 1頭当たりの乳量も増加



資料: タイ農業協同組合省農業経済局

トロピカルホルスタイン

➤ タイの気候に合わせて改良した耐暑性を備えた品種



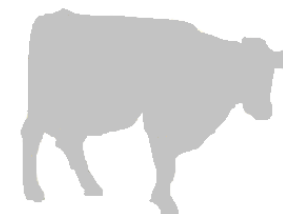
資料: タイ農業協同組合省HP

トロピカルホルスタイン



資料: タイ農業協同組合省HP

ホルスタイン

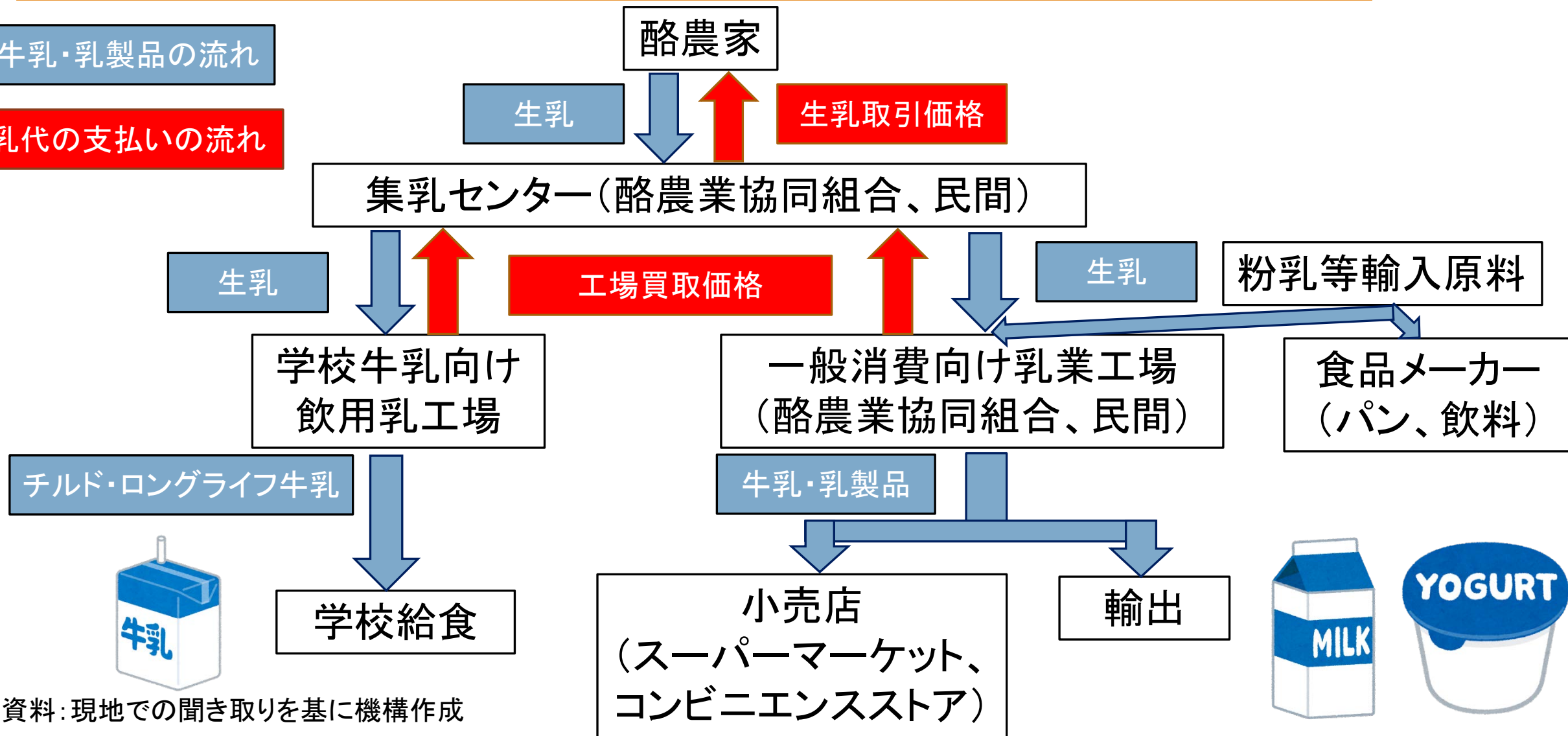


ホルスタイン以外
の品種
(在来種等)

牛乳・乳製品の流れ

牛乳・乳製品の流れ

乳代の支払いの流れ



資料：現地での聞き取りを基に機構作成

乳価の決定方法

- 乳価は、ミルクボードで酪農家の平均生産コストから決定
- 生乳取引価格と工場買取価格が存在
- 両価格とも乳質によりプレミアム価格が加減される仕組み

生乳取引価格および工場買取価格のプレミアム価格の基準

共通基準								生乳取引価格の基準				工場買取価格の基準	
乳脂肪率 (%)	±	無脂乳固形分 (%)	±	細菌数 (CFU/ml)	±	体細胞数 (個/ml)	±	MB	±	GAP	±	氷点	±
				>1,000,000	-0.50	>1,000,000	-0.50			取得	+0.20		
<3.20	-0.40	<8.25	-0.40	700,001-1,000,000	-0.30	700,001-1,000,000	-0.30	≤3	-0.50				
3.20-3.39	-0.20	8.25-8.34	-0.20	500,001-700,000	-0.20	500,001-700,000	-0.20	3.01-4.00	-0.25			>-0.51	-1.00
3.40-3.59	0	8.35-8.49	0	400,001-500,000	0	400,001-500,000	0	4.01-5.00	0			<-0.51	0
3.60-3.79	+0.20	8.50-8.69	+0.30	300,001-400,000	+0.20	300,001-400,000	+0.20	5.01-6.00	+0.25				
3.80-3.99	+0.30	≥8.70	+0.60	200,001-300,000	+0.30	200,001-300,000	+0.30	≥6.00	+0.50				
≥4.00	+0.40			≤200,000	+0.50	≤200,000	+0.50						

※±の単位は、パーツ／キログラム

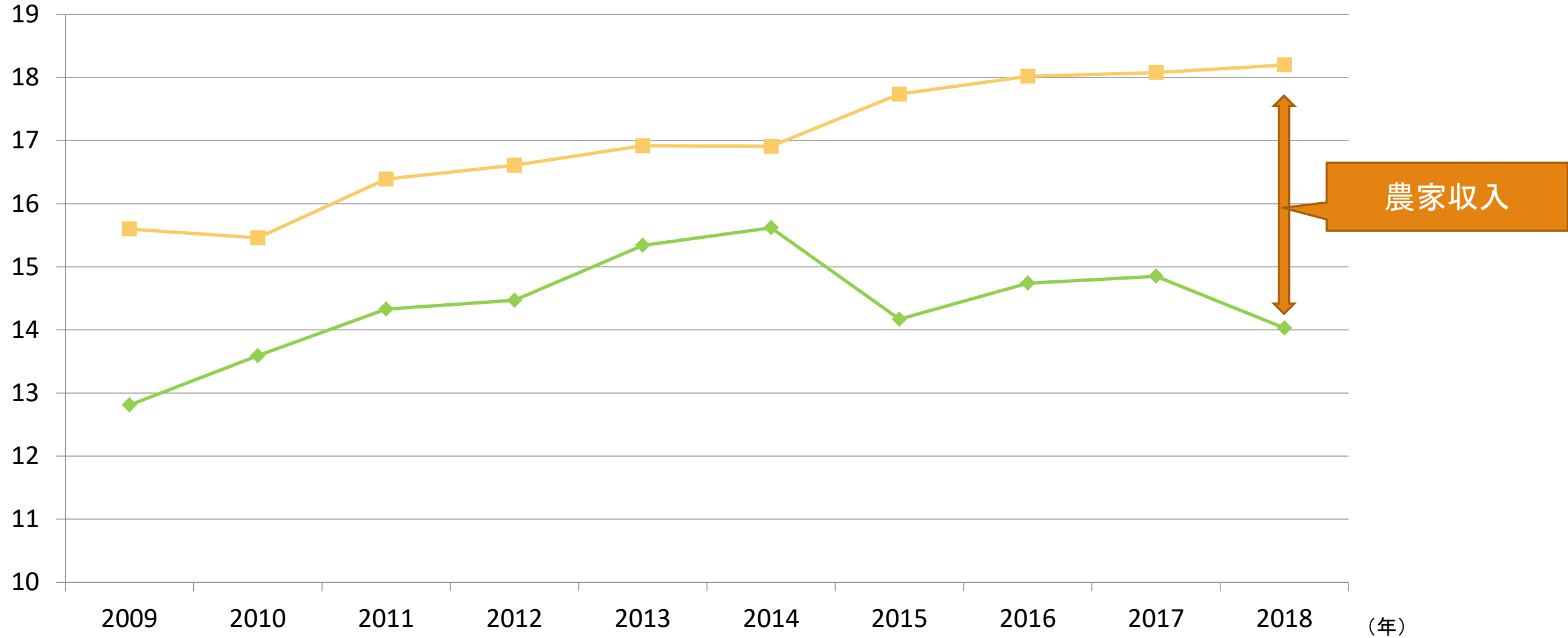
資料：タイ酪農促進機構

注：MBは、メチレンブルーによる乳中の細菌汚染度を判定する方法

庭先価格と生産コストの推移

(パーツ/キログラム)

■ 庭先価格 ◆ 生産コスト



資料: タイ農業協同組合省農業経済局

酪農家

- 酪農家の大多数は小規模
- 搾乳は1日2回、大半がバケットミルクカーを使用
- 集乳センターへの搬入は、酪農家自身が行う



集乳センター

- 酪農業協同組合や民間企業が運営している施設
- 国内に206カ所の設置
- 政府が全てのセンターでGMP (Good Manufacturing Practice) の取得を推進



- 酪農業協同組合は国内に100組合
- 大規模組合では、集乳の他に乳業工場にて牛乳・乳製品を製造



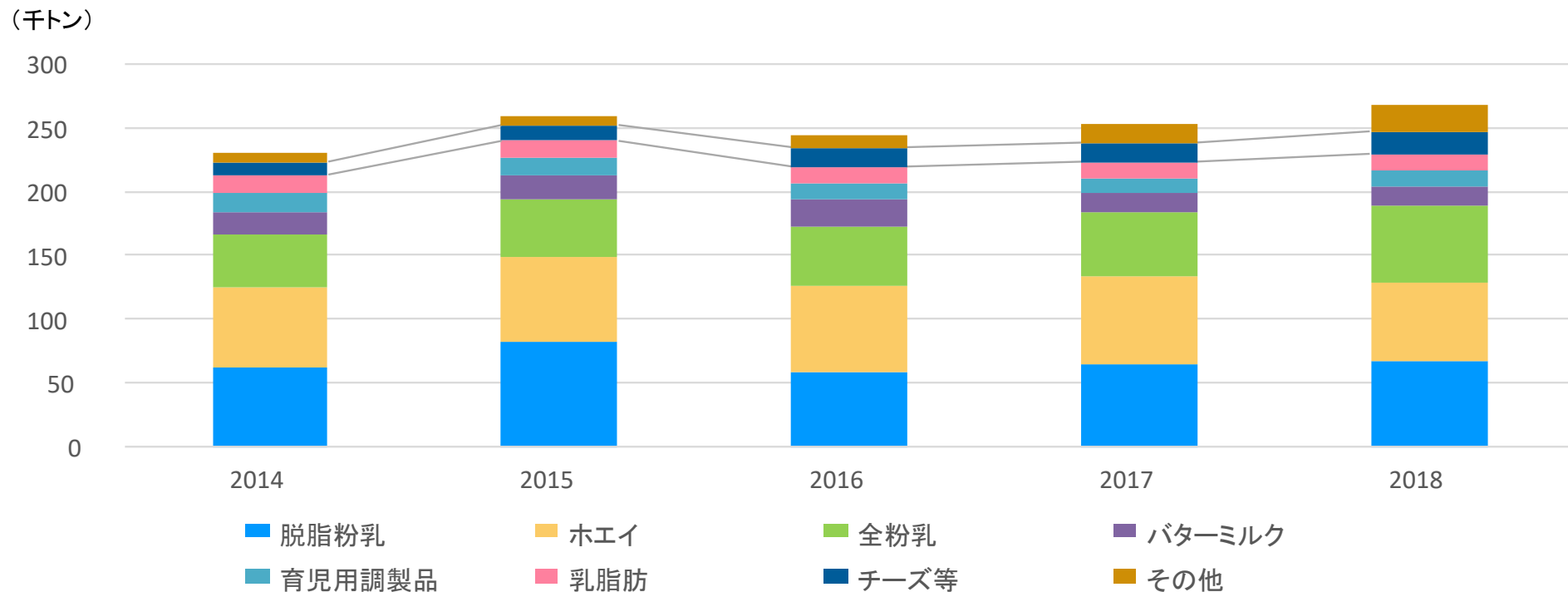
民間企業

- 全国の契約先から集乳
- チルド牛乳の最大のシェア



乳製品輸入量の推移

- 脱脂粉乳、ホエイ、全粉乳の順が多い
- チーズについては増加傾向で推移



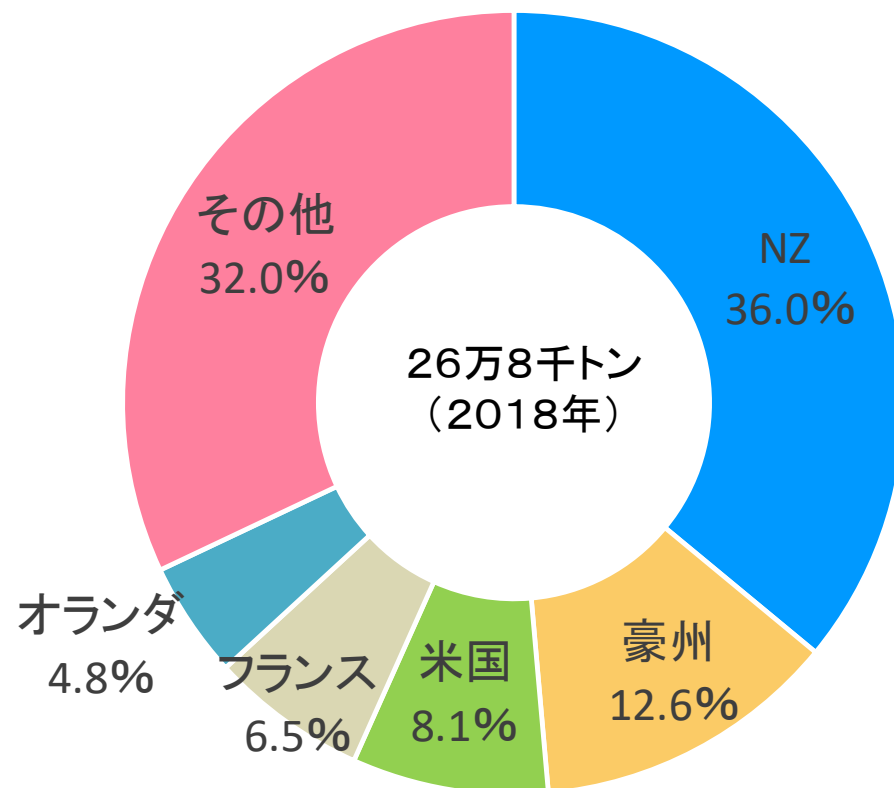
資料:「Global Trade Atlas」

注1: HSコード040210(脱脂粉乳)、040221(全粉乳)、0404(ホエイなど)、190110(育児用調製品)、0401(飲用乳など)、0405(乳脂肪)、040299(れん乳など)、0406(チーズなど)、2105(アイスクリーム)、040310(ヨーグルト)、040229(加糖粉乳)、040390(バターミルク)、040291(その他濃縮乳など)。

2: 製品ベース。

国別乳製品輸入量

- FTAを締結しているNZ、豪州で約5割を占める。
- 国内産業保護のため、脱脂粉乳の輸入に関税割当を設定
- 両国の関税については、2025年までに撤廃

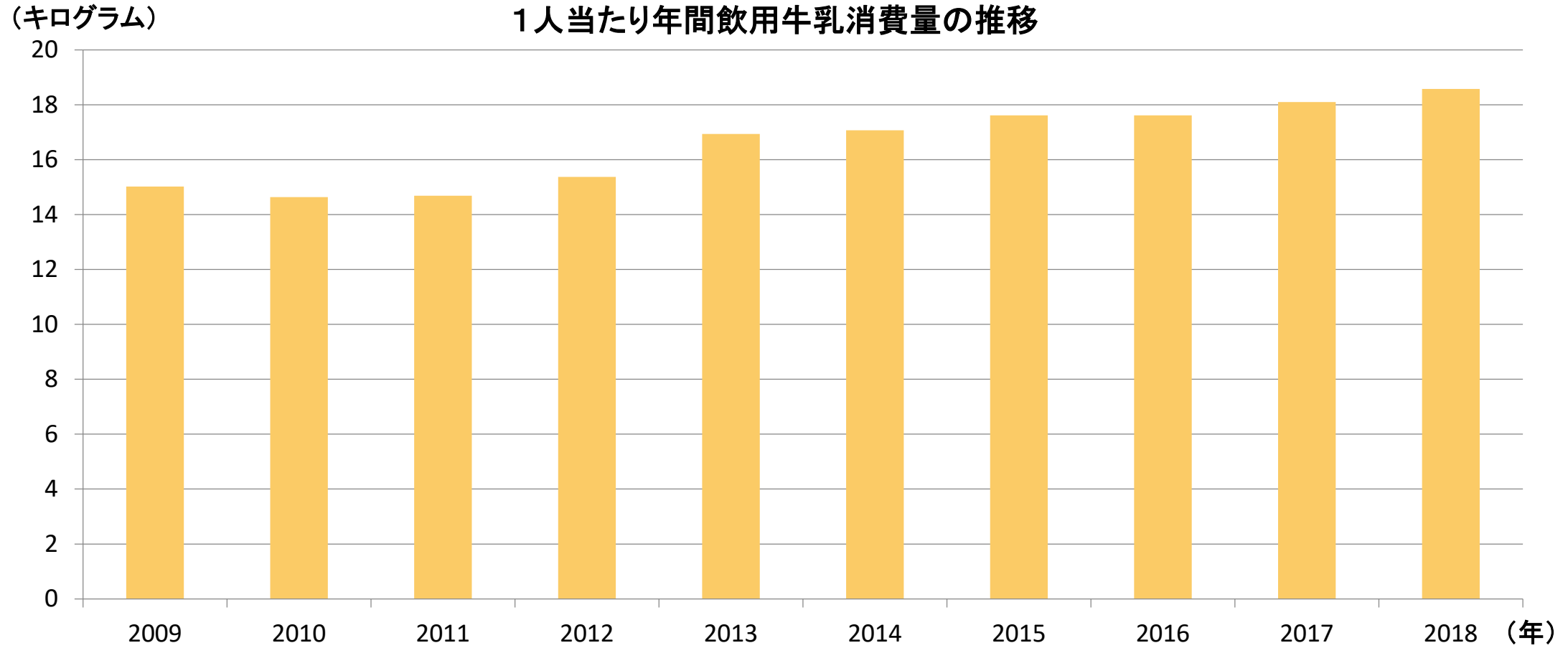


資料:「Global Trade Atlas」

3. 消費動向

飲用牛乳の消費量

➤ 経済発展や学校牛乳プログラムの効果もあり増加傾向



資料: タイ農業協同組合省農業経済局, 国家統計局

学校牛乳プログラム

- 対象範囲: 約740万人(小学6年生まで)
- 供給日数: 年間260日
- 生乳から製造した牛乳のみ対象
- 生乳生産量のうち、約40%を使用



一般消費者向け牛乳①

- コールドチェーンの発達により、チルド牛乳の消費が増加傾向
- 一方、長期保存可能なロングライフ牛乳も一定程度のシェア
- 学校牛乳と違ってフレーバータイプの牛乳も販売



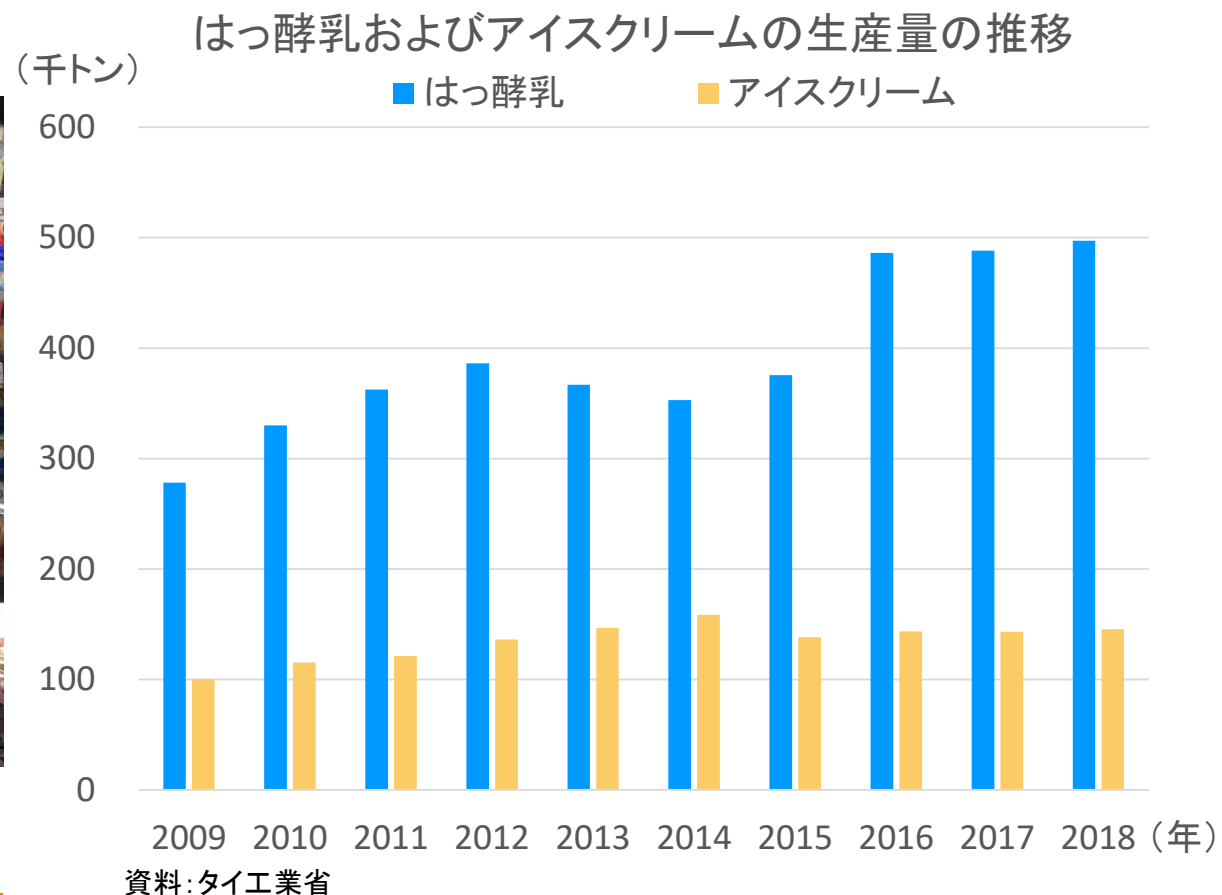
一般消費者向け牛乳②

- フレーバータイプのほかに、ラクトースフリーも定着
- 健康志向から無脂肪乳の販売もされている



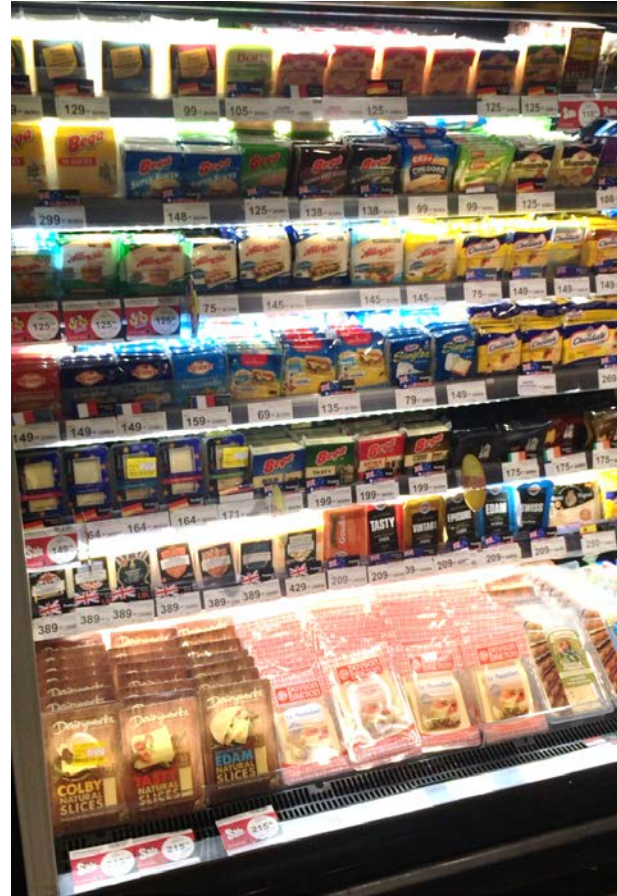
乳製品①

- ヨーグルトなどを含むはっ酵乳の生産量は拡大
- アイスクリームの生産量は一定量で推移



乳製品②

➤ チーズやバターについては、店頭に並んでいたのは輸入品



乳製品③

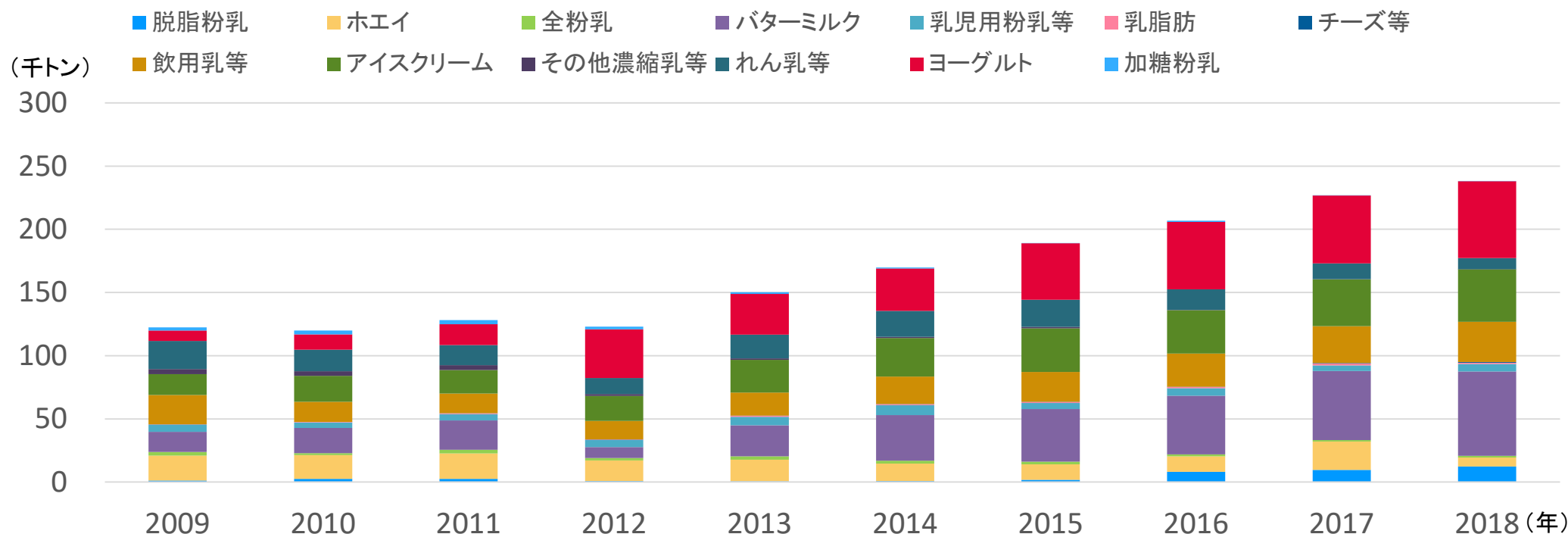
➤ 酪農業協同組合がカフェ経営に取り組む動きもみられる



乳製品輸出量の推移

➤ 輸出量は10年間で約2倍まで増加

➤ バターミルク、アイスクリーム、ヨーグルトの割合が高い



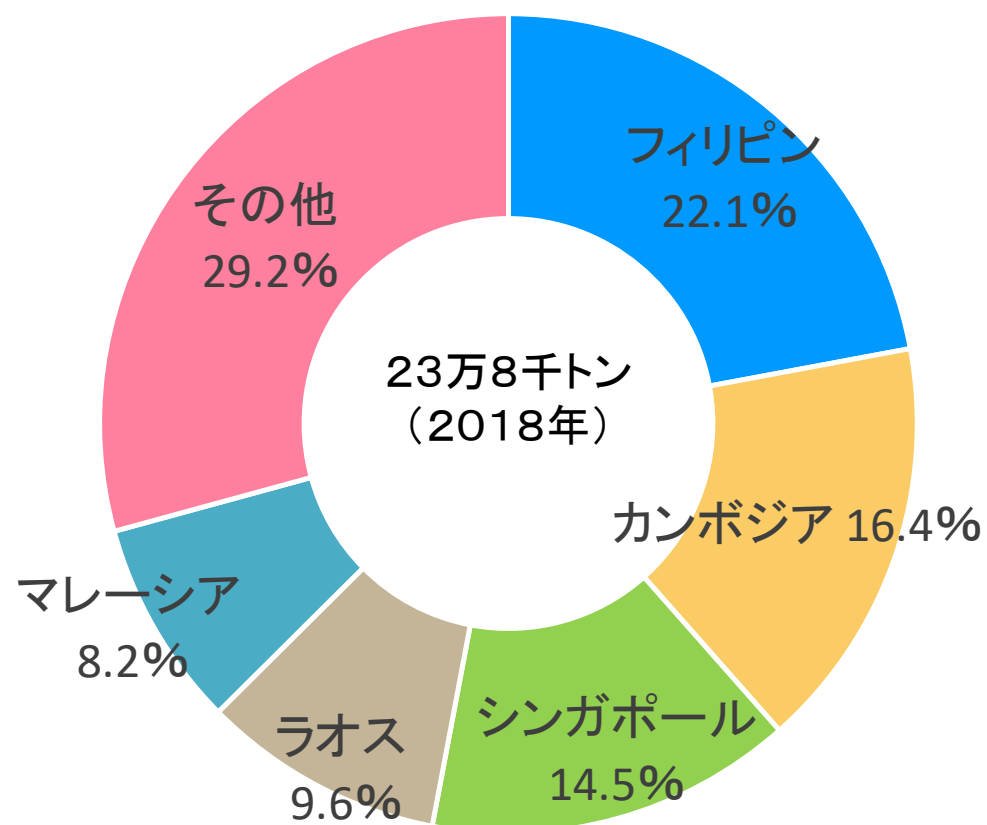
資料:「Global Trade Atlas」

注1: HSコード040210(脱脂粉乳)、040221(全粉乳)、0404(ホエイなど)、190110(育児用調製品)、0401(飲用乳など)、0405(乳脂肪)、040299(れん乳など)、0406(チーズなど)、2105(アイスクリーム)、040310(ヨーグルト)、040229(加糖粉乳)、040390(バターミルク)、040291(その他濃縮乳など)。

2: 製品ベース。

国別乳製品輸出力(2018)

- 輸出の中心はASEAN諸国
- タイから輸送日数は陸路で1日程度



資料:「Global Trade Atlas」

4. 酪農振興策

タイ酪農業の課題と目標

【課題】

1. 後継者不足
2. 生産効率の向上
3. 生乳の品質向上
4. 消費量の向上

【目標】

1. 後継者の育成
2. 生産コストを1キログラム当たり14.33
バーツ⇒同12バーツ
3. 農場GAP100%取得、
全固形分を12.5%、体細胞数を40万以下
4. 全世代向け消費キャンペーン・輸出量
を15万トンまで増加

タイ酪農業の戦略

酪農家と酪農組織
の強化

国際水準を満たす
牛乳生産と乳製品
産業の発展

牛乳の摂取を促進
し、競争力のあるレ
ベルの乳製品開発

データベースシステ
ムの開発と利用

農家のための酪農
知識の研究開発

タイ酪農業の戦略

酪農家と酪農組織
の強化

国際水準を満たす
牛乳生産と乳製品
産業の発展

牛乳の摂取を促進
し、競争力のあるレ
ベルの乳製品開発

データベースシステ
ムの開発と利用

農家のための酪農
知識の研究開発

大規模酪農家の事例



タイ酪農業の戦略

酪農家と酪農組織
の強化

国際水準を満たす
牛乳生産と乳製品
産業の発展

牛乳の摂取を促進
し、競争力のあるレ
ベルの乳製品開発

データベースシステ
ムの開発と利用

農家のための酪農
知識の研究開発

フィードセンター



5. まとめ

- ・今後、豪州、NZの関税が撤廃されることにより、安価な輸入品による国内市場での供給過剰を懸念
- ・政府は酪農業の競争力強化のための酪農振興策を推進
- ・大規模酪農家への集約化による生産増も
- ・国内消費だけでなく、輸出による需要拡大を図る

ご清聴ありがとうございました。

本情報は、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。
本資料の正確性の確認等は、各個人の責任と判断をお願いします。提供した情報の利用に関連して、
万一、不利益が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。

※ 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は、情報誌「畜産の情報」を毎月発行し、ホームページでも提供しているほか、メールマガジンにより、毎月2回、最新の情報を配信しています。

メールマガジンの配信を希望される方は、機構ホームページ (<https://www.alic.go.jp>) 下の「メールマガジン」ボタンからご登録ください。

