

# 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

# 目次

---

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. 生產動向

---

# タイ酪農の概要

乳用牛の飼養頭数(2018年)  
約66万頭

100,000頭～



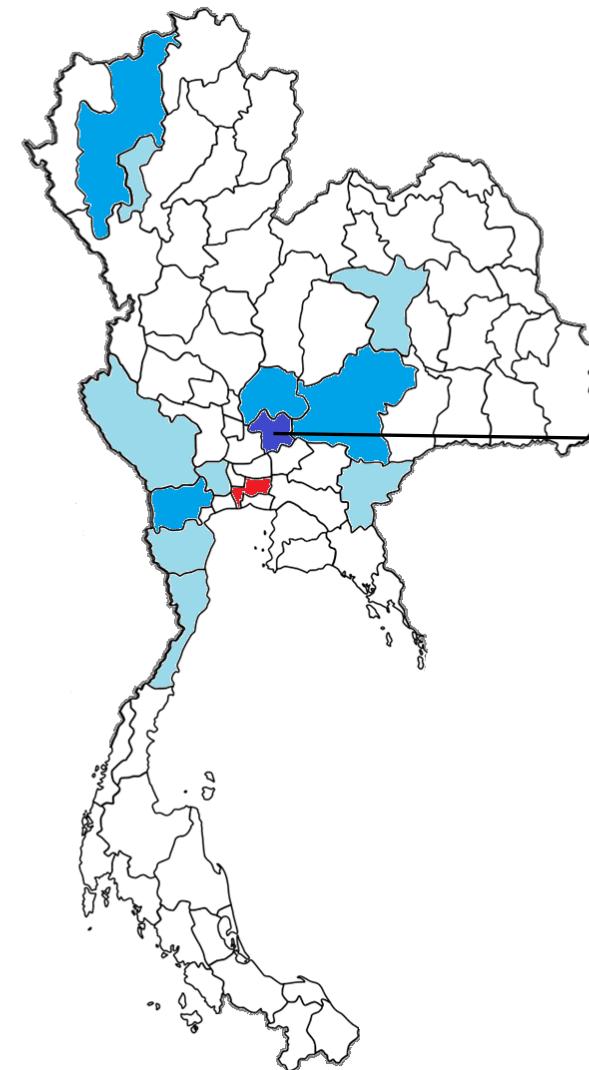
50,000頭～99,999頭



10,000頭～49,999頭



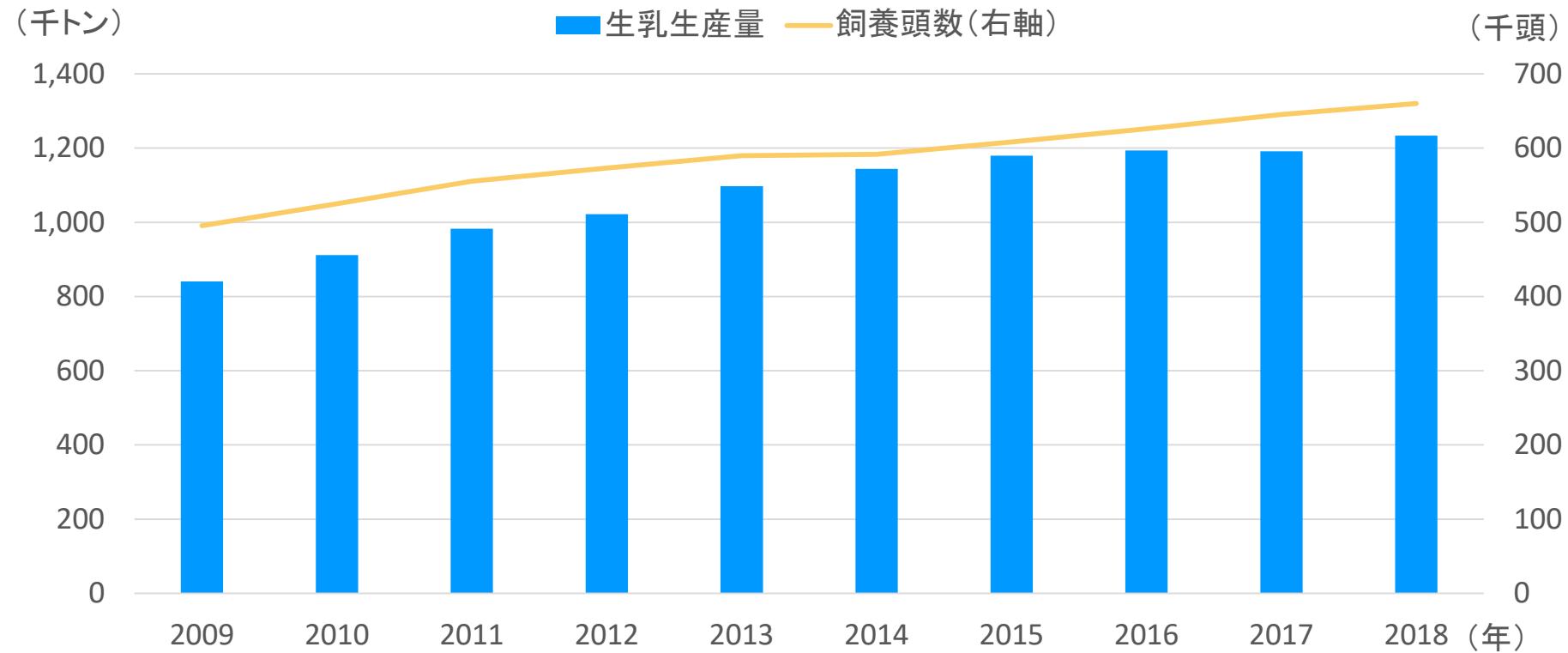
(参考)バンコク都



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

# トロピカルホル斯坦

➤ タイの気候に合わせて改良した耐暑性を備えた品種

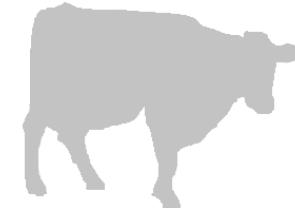


資料:タイ農業協同組合省HP

トロピカルホル斯坦



資料:タイ農業協同組合省HP



ホル斯坦

ホル斯坦以外  
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

集乳センター(酪農業協同組合、民間)

生乳

工場買取価格

生乳

粉乳等輸入原料

学校牛乳向け  
飲用乳工場

一般消費向け乳業工場  
(酪農業協同組合、民間)

食品メーカー  
(パン、飲料)

チルド・ロングライフ牛乳

牛乳・乳製品



学校給食

小売店

(スーパー・マーケット、  
コンビニエンスストア)

輸出



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

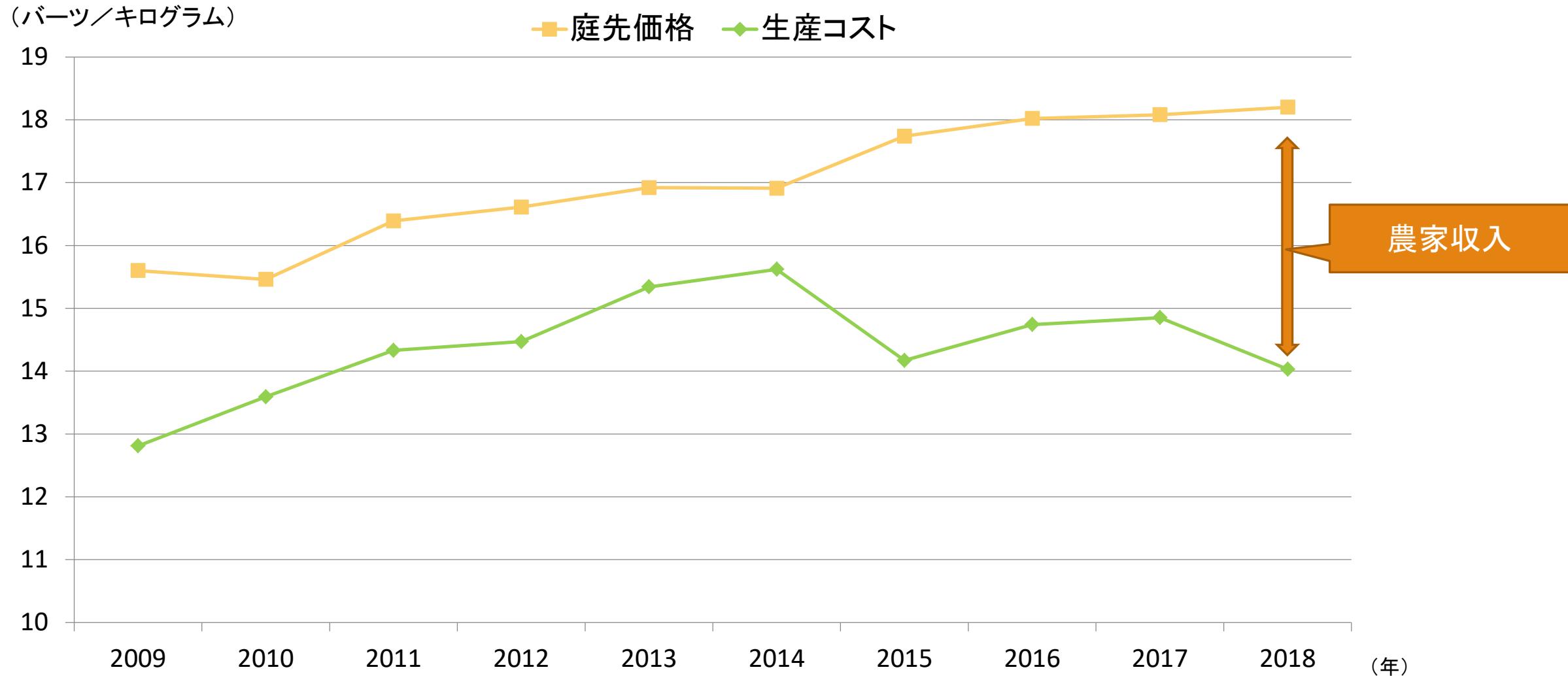
共通基準								生乳取引価格の基準				工場買取価格の基準	
乳脂肪率 (%)	±	無脂乳固形分 (%)	±	細菌数 (CFU/ml)	±	体細胞数 (個/ml)	±	MB	±	GAP	±	氷点	±
				>1,000,000	-0.50	>1,000,000	-0.50			取得	+0.20		
<3.20	-0.40	<8.25	-0.40	700,001-1,000,000	-0.30	700,001-1,000,000	-0.30	≤3	-0.50				
3.20-3.39	-0.20	8.25-8.34	-0.20	500,001-700,000	-0.20	500,001-700,000	-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、バーツ／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



資料:タイ農業協同組合省農業経済局

- 酪農家の大多数は小規模
- 榨乳は1日2回、大半がバケットミルカーを使用
- 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

- 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



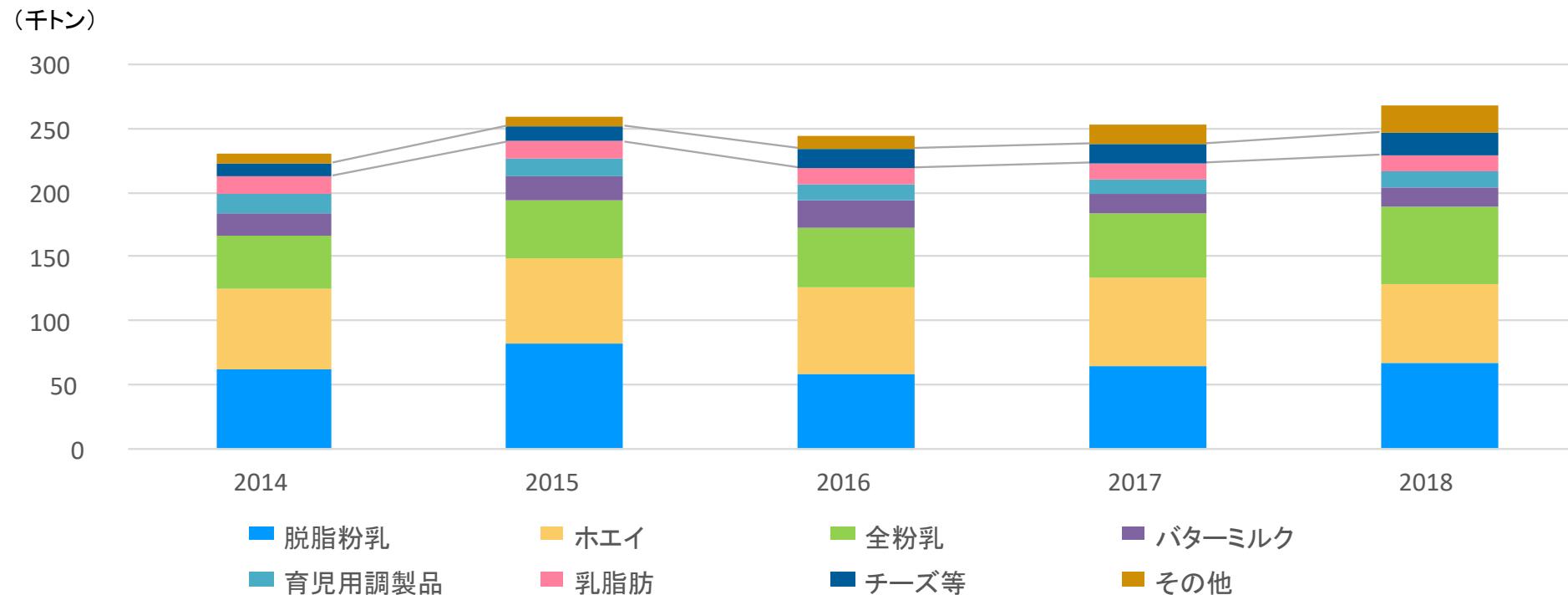
# 民間企業

- 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、全粉乳の順で多い
- チーズについては増加傾向で推移



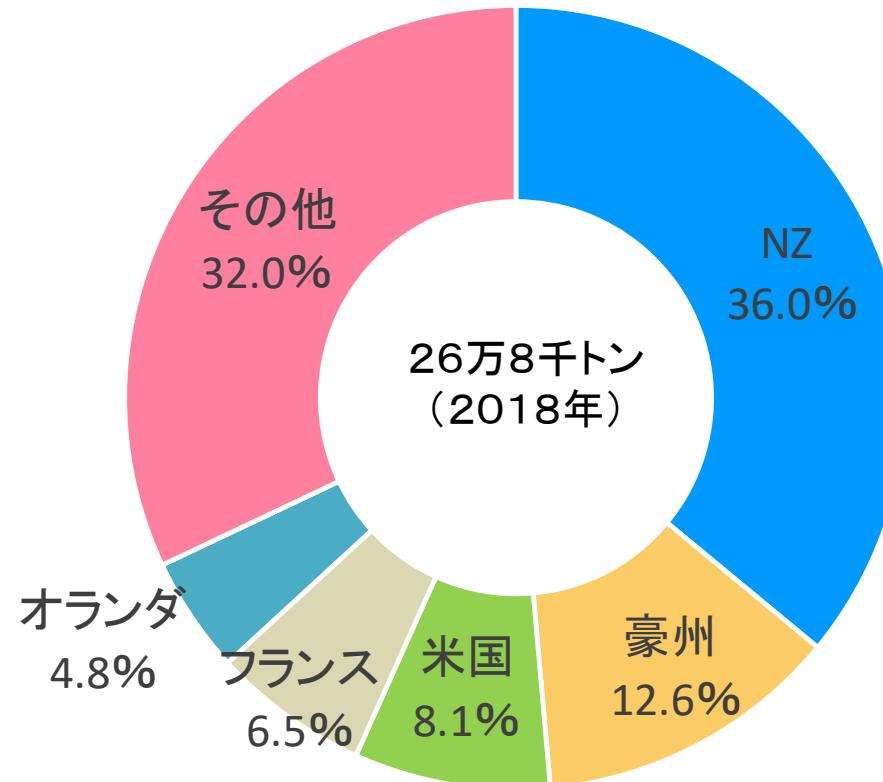
資料:「Global Trade Atlas」

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



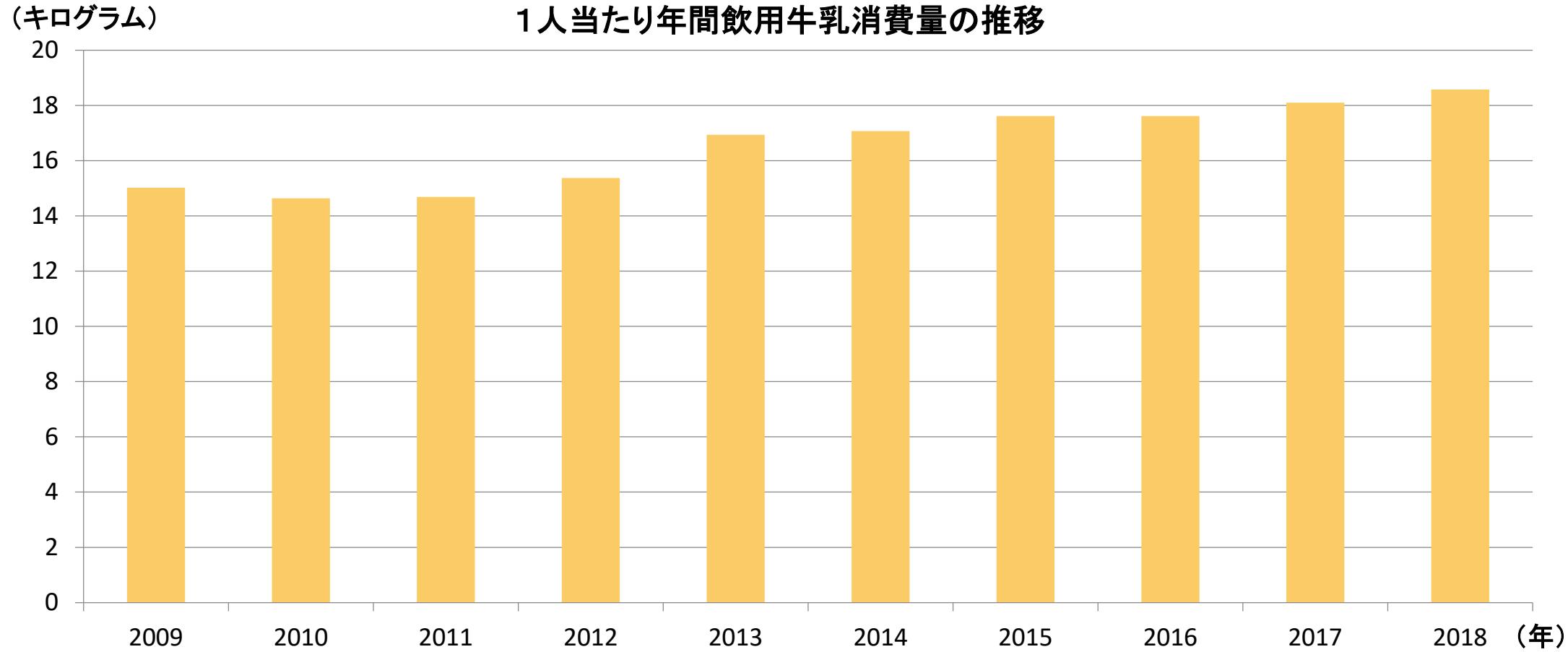
資料:「Global Trade Atlas」

# 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



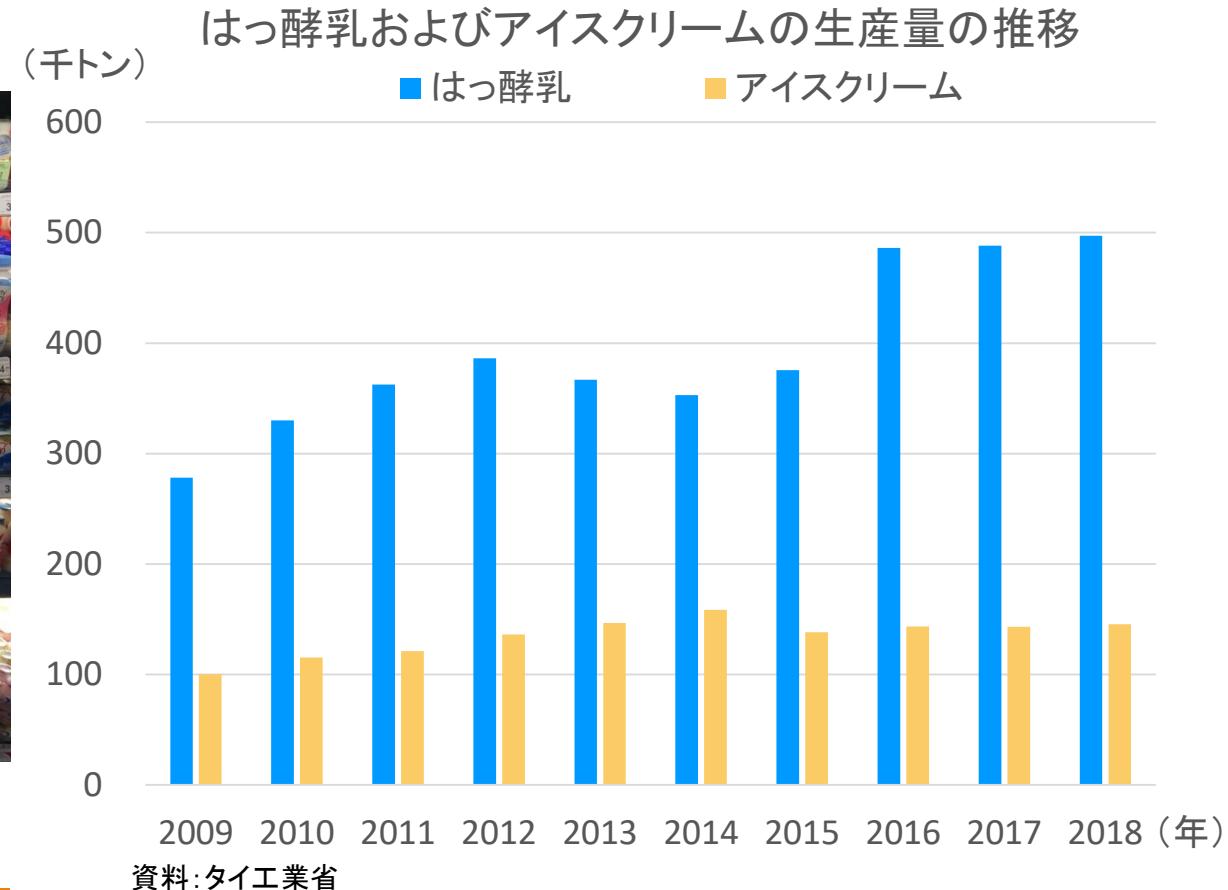
# 一般消費者向け牛乳②

- フレークータイプのほかに、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



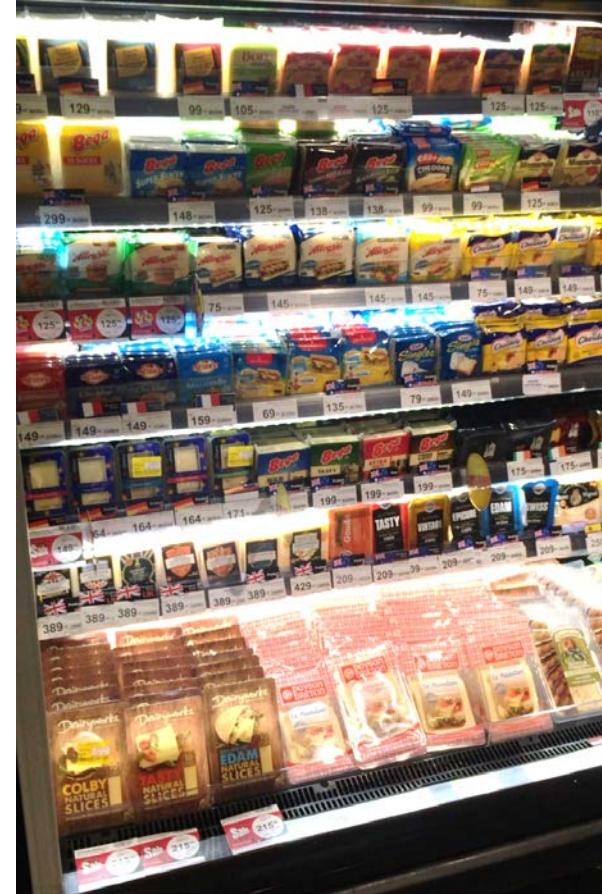
# 乳製品①

- ヨーグルトなどを含むはつ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



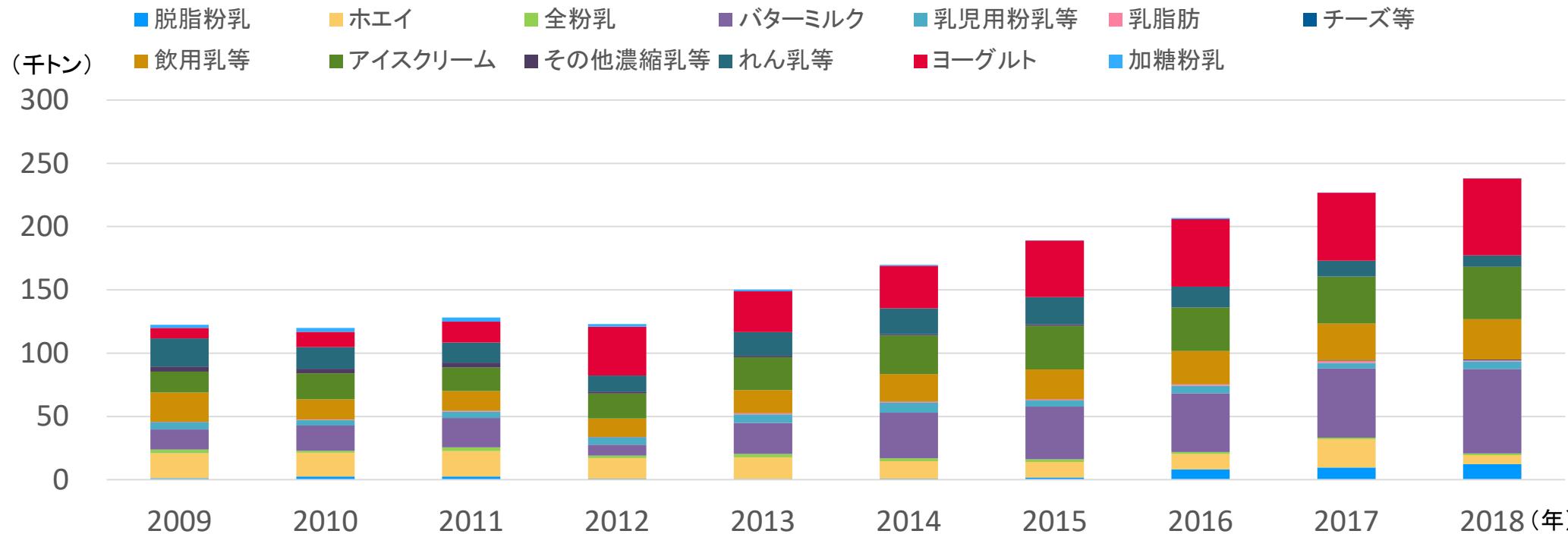
# 乳製品③

➤ 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



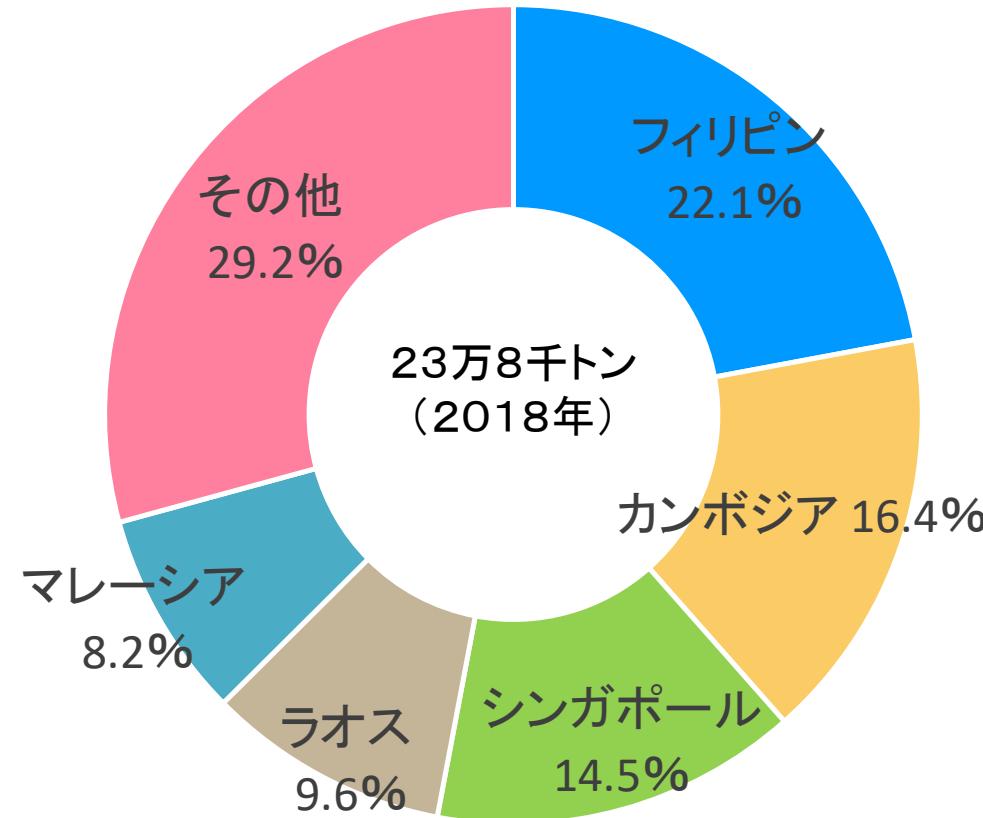
資料:「Global Trade Atlas」

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。

# 国別乳製品輸出量(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、A L I C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。

