中国の乳製品需給の最新動向
～チーズ・バター市場の成長要因と課題～

調査情報部　平山　宗幸、横田　徹

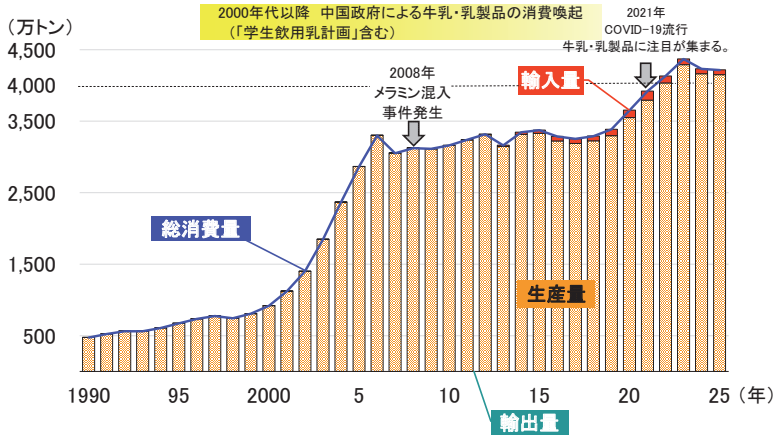
【要約】

中国では、食の多様化などに伴い、乳製品の消費量が増加している。特にここ数年は、従来の粉乳類に代わって、国内生産で賄えないバターやチーズなどの輸入量が増加している。同国政府や業界団体は、乳業全体としての利益拡大の観点からも、より付加価値の高いチーズやバターなどの国内生産を奨励しているが、生乳の大部分が飲用乳生産に仕向けられている現状を変えるには相応の時間を要するため、輸入への依存は今後も当面続く可能性が高い。

1　はじめに

中国では、経済成長に伴う所得の向上により食の多様化が進んだ結果、畜産物需要が高まっている。このうち牛乳･乳製品の需要は、国民の栄養改善を目的とした中国政府による需要喚起政策の推進などを背景に、2000年以降急速に増加した(注1)。08年のメラミン混入事件(注2)により一時的に停滞したものの、新型コロナウイルス感染症（COVID－19）拡大期には、牛乳・乳製品が免疫力を高めるとの認識が広まったことにより需要が増加した。この結果、22年以降の生乳等(注3)の総消費量（飲用および加工向けの合計）は4000万トンを超えて推移している（図１）。

図１　生乳等生産量、消費量および飲用乳輸出入量の推移



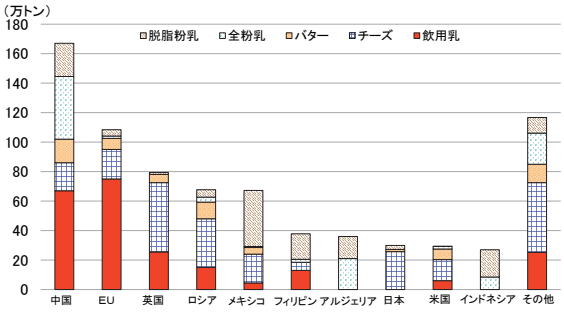
資料：米国農務省（USDA）「PSD Online」、米国農務省海外農務局（USDA/FAS）「Dairy and Products Annual」
注１：生産量および消費量には牛由来以外（ヤギやヤクなど）の乳を含み、輸出入量にはそれらを原料とするものを含む可能性がある。
注２：「輸出量」は、上記期間を通して１～５万トンで推移。

（注１）中国の牛乳･乳製品の消費動向については、『畜産の情報』2026年３月号「中国の牛乳・乳製品消費の現状と将来見込み」（https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05_004110.html）をご参照ください。
（注２）水増しした原料乳のたんぱく質含有量を多く見せかけるため、有機窒素化合物であるメラミンを混入していたことが発覚した事件。
（注３）牛由来の生乳のほか、ヤギやヤクなど由来の乳を含む。

一方、生乳の仕向け先は飲用向けが主体であるため、拡大するチーズやバターなどの需要に対して国内生産が追い付いていない。この結果、近年はこれら乳製品の輸入量が増加している。24年の中国の牛乳・乳製品輸入量は、世界全体の約２割（注４）に相当する166万トン（製品重量ベース）に達しており、中国の輸入動向が国際相場に影響を与える存在となっている（図２）。

（注４）飲用乳、チーズ、バター、全粉乳、脱脂粉乳の輸入量の合計。

図２　主な国・地域における牛乳・乳製品輸入量（2025年）

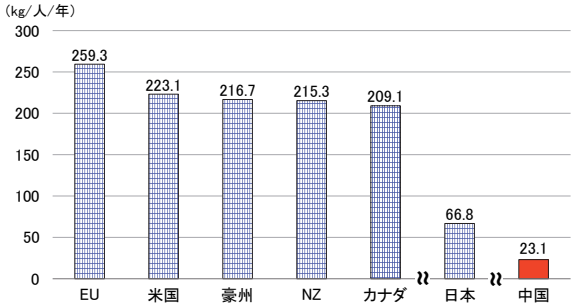


資料：USDA「PSD Online」
注１：製品重量ベース。
注２：牛由来以外（ヤギやヤクなど）の乳を使ったものや、食用以外の用途として輸入されたものが含まれる場合がある。

さらに、中国の１人当たり年間牛乳・乳製品消費量（2024年）は、日本のおよそ３分の１、EUや米国の10分の１程度にとどまることから、今後も増加の余地が大きいという見方がある（図３）（注１・注５）。

（注５）『畜産の情報』2026年２月号「中国の牛乳・乳製品産業の現状と発展の方向性」（https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05_004093.html）をご参照ください。

図３　１人当たり年間牛乳・乳製品消費量（上位５カ国＋日本および中国、2024年）



資料：CLAL（原資料：USDA/FAS、FAO、Eurostat）
注１：生乳換算。
注２：飲用乳、チーズ、全粉乳、脱脂粉乳の合計。
注３：牛由来以外（ヤギやヤクなど）の乳を使ったものが含まれる場合がある。
注４：EUは１カ国としてカウント。

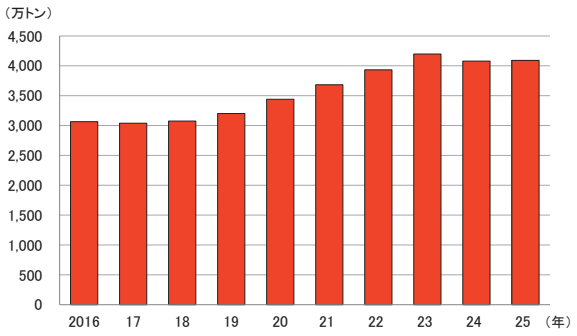
本稿では、中国の乳製品需給動向について、中国最大級の酪農地域を抱える内モンゴル自治区での現地調査、北京市および上海市での乳業関係者からの聞き取り結果などを基に報告する。

なお、本稿中の為替レートは、１中国元＝23.73円（三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社「月末・月中平均の為替相場」の2026年４月末TTS相場）を使用した。

２　生乳生産量と生乳価格の動向

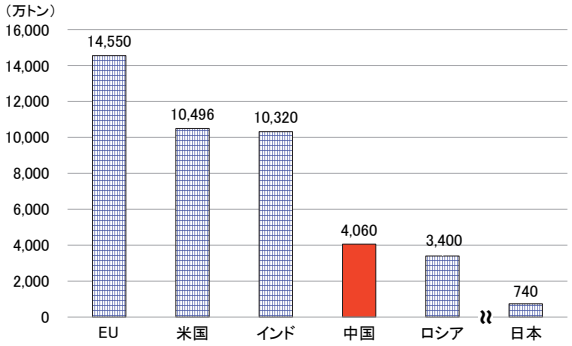
乳製品需給の基礎となる中国の生乳生産量は、2023年以降、4000万トン台で推移しており、25年は4091万トン（前年比0.3%増）となった（図４）。これは日本の生乳生産量の５倍を超える規模であり、中国は世界第４位の生乳生産国である（図５）。

図４　生乳生産量の推移



資料：中国国家統計局、中国乳業年鑑

図５　2025年の生乳生産量（上位５カ国＋日本）

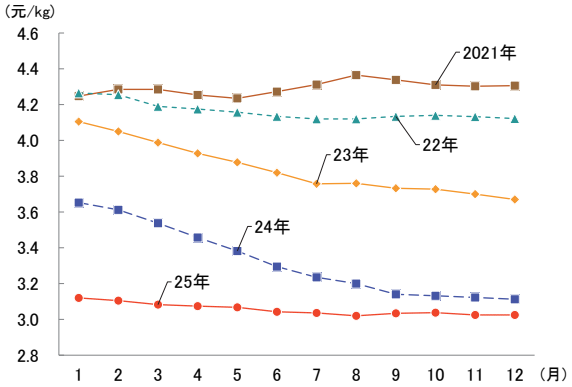


資料：USDA「PSD Online」
注：EUは１カ国としてカウント。

生乳生産量が増加する一方で、生乳価格は牛乳・乳製品需要の停滞（注６）などの影響を受け、21年８月の１キログラム当たり4.37元（104円）をピークに右肩下がりで推移した。25年６月以降は同３元（71円）程度で低位安定している（図６）。現地乳業関係者によると、生乳価格の下落は酪農家にとって深刻であるものの、同３元台で再生産が可能となれば、中国の生乳は乳製品原料乳として国際競争力を持つ可能性があるとの評価も聞かれる。

（注６）COVID－19感染拡大期には、牛乳などの乳製品が免疫力を高めるとされたことで消費が大きく増加した。しかし、COVID－19収束後は、その反動などにより乳製品消費が停滞したとされている。

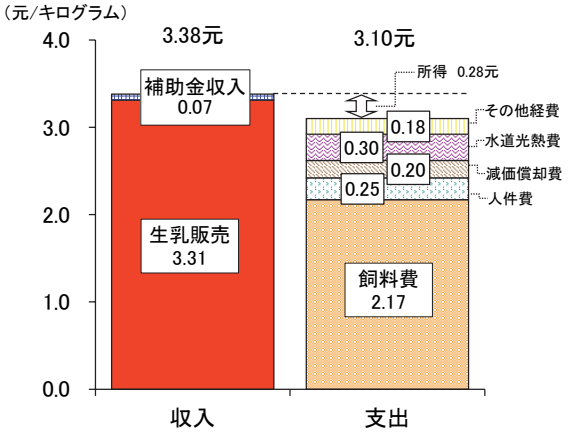
図６　生乳価格の推移



資料：中国農業農村部
注：主要10省・自治区（全国の生乳生産量の８割以上を占める）の農家庭先価格の平均。

参考として、内モンゴル自治区の酪農経営収支（24年）を見ると、生乳生産に要する支出の70％を飼料費が占めており、収入に占める補助金収入の割合は２％程度である（図７）。

図７　内モンゴル自治区の酪農経営収支（2024年）



資料：内モンゴル自治区生乳価格調整委員会、中国乳業協会、内モンゴル自治区の乳業各社への取材を基に機構作成
注１：生乳１キログラム当たりの経営収支。
注２：その他経費には種付け料、獣医師・医薬品費、土地費用などが含まれる。

【コラム１】　中国の大規模酪農場の実態

中国では、企業による酪農への経営参入により酪農場の大規模化が進展し、2023年の生乳生産量上位20社で中国全体の３割強（1395万トン）を占めている（コラム１―表１）。また、経産牛１頭当たりの年間乳量は**約12トン**（同年の日本の全国平均は**約9トン**）と高い生産性を実現している。今後、中国の生乳生産拡大余力はどの程度のもの**となるのか**。

この答えを見つける手段の一つとして、生乳生産をけん引する大規模酪農場の実態を把握すべく、生乳生産量５位の中国聖牧（コラム１―注１）（32カ所の酪農場を所有）および同20位の内蒙古海高牧業（コラム１―注２）（７カ所の酪農場を所有）が内モンゴル自治区内に所有する各酪農場を訪問した（コラム１―図）。

この２社合計の生乳生産量は93万トン（23年）であり、日本の生乳生産量（742万トン：24年）の13%に相当する。

（コラム１―注１）中国聖牧は、同社の社長（1978年生まれ）が2008年に発生したメラミン混入事件をきっかけに危機感を抱き、当時勤務していた蒙牛乳業を退職し、当初から有機乳の生産を目的に設立したものである。11年から酪農場の整備を始め、趣旨に賛同した者からの出資により規模拡大を進めた結果、32の酪農場を展開するまでになった。15年には香港市場に上場し、20年にはすべての酪農場を自社直営に切り替えている。

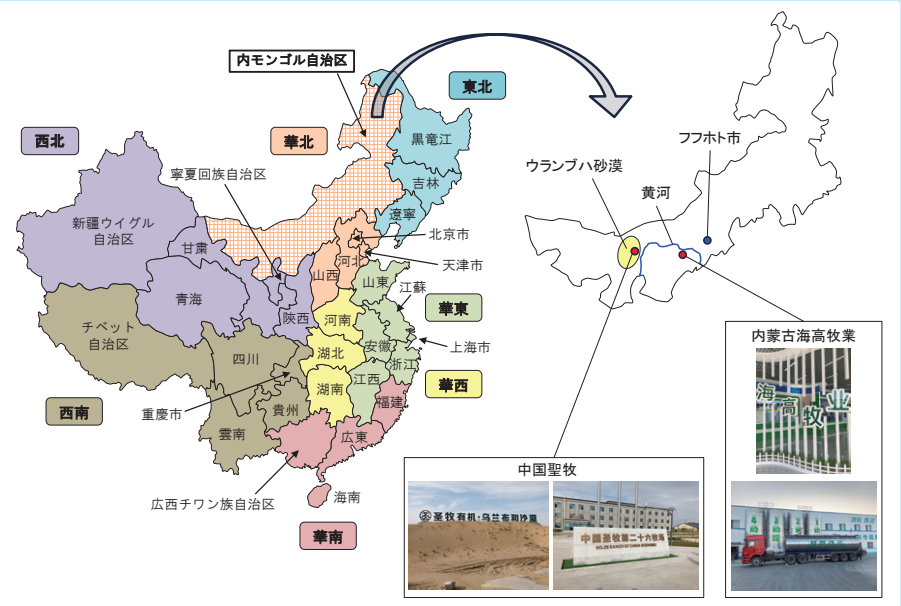
（コラム１―注２）内蒙古海高牧業は、内モンゴル自治区と南で隣接する山西省出身の社長が、山西省での石炭事業で成功した資金を基に、中国国内で牛乳の消費が伸びていた2008年に設立したものである。既存の酪農場などを買収して規模の拡大を図ってきたことで、中国では珍しく複数の乳業に出荷している。また、それぞれの酪農場には各部門の責任者として専門性を有する若手社員を多く配置するなど、独自の企業方針を採っている。

コラム１―表１　中国の生乳生産量上位20社（2023年）

No.	名称	所在	生乳生産量（万トン）	飼養頭数（万頭）	成雌頭数（万頭）	成雌１頭当たり生乳生産量（トン）	牧場数（カ所）
1	優然牧業	華北	302.0	58.3	28.4	12.3	91
2	現代牧業	華東	258.8	45.1	21.9	12.6	46
3	澳亜集団	華東	86.0	13.1	6.6	13.6	11
4	河北楽源牧業	華北	84.0	18.7	7.8	11.9	32
5	中国聖牧	華北	71.9	13.7	6.4	11.4	32
6	寧夏農墾乳業	西北	65.0	15.6	6.9	11.0	19
7	光明牧業	華東	61.3	11.6	5.8	11.5	25
8	越秀輝山	東北	60.0	12.0	6.0	10.2	52
9	首農畜牧	華北	58.9	9.8	4.8	12.1	28
10	優源牧業	華北	50.0	8.0	4.0	12.6	9
11	原生態牧業	東北	48.5	10.3	4.0	11.8	11
12	認養一頭牛	華東	43.6	7.3	3.5	13.2	9
13	天潤乳業牧業	西南	30.0	6.5	3.0	10.5	26
14	前進牧業	西北	28.5	5.3	2.5	10.0	17
15	新希望生態牧業	西南	28.4	4.8	2.6	11.2	12
16	天津嘉立荷牧業	華北	27.8	5.8	2.6	11.9	14
17	中墾牧乳業	西南	25.3	4.6	2.3	12.1	7
18	甘粛農墾	西北	22.5	4.1	2.2	10.6	8
19	寧夏興源達農牧集団	西北	21.9	3.6	1.6	12.1	6
20	内蒙古海高牧業	華北	21.1	4.0	1.7	12.1	7
合計			1395.2	262.0	124.6	11.7（平均）	
（参考）中国全体			4196.7	1233.0	－		
（参考）中国全体に占める割合			33.2%	21.2%	－		

資料：ホルスタインファーマー「2024中国乳業統計資料」、中国国家統計局「中国統計年鑑」
注：所在にある「華北」、「華東」、「西北」、「東北」、「西南」については、コラム一図を参照。

コラム１―図　訪問先所在地



資料：機構作成

訪問した酪農場は、それぞれの企業が所有する酪農場の中では標準的な規模であり、１）約１万頭のホルスタイン種を飼養、２）海外製大型ロータリーパーラーにより約4000頭の経産牛を１日３回搾乳し、１日当たり約150トンの生乳を出荷、３）敷地内に飼料保管庫、バンカーサイロ、TMR（Total Mixed Ration：完全混合飼料）センターを備え、自家配合のTMRを給餌、４）家畜排せつ物処理施設において堆肥化を実施－といった特徴を有し、集約的管理を行っている（コラム１―表２、コラム１―写真１～４）。搾乳施設を除けば、まさに米国や豪州の肉牛肥育施設である「フィードロット」に近いものを感じさせられる。

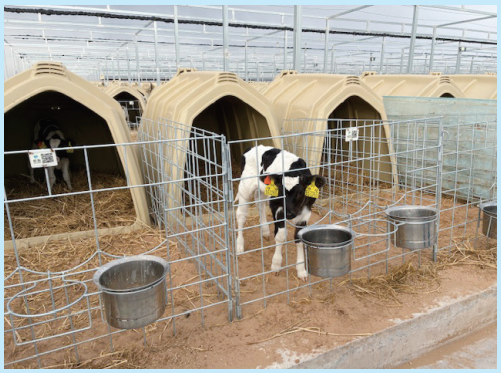
コラム１―表２　訪問した酪農場の概要

項目	中国聖牧（第26牧場）	内蒙古海高牧業
所在地	内モンゴル自治区アルシャー盟（ウランブハ砂漠近接）	内モンゴル自治区オルドス市（黄河中流域）
設立	2023年４月	2021年８月
敷地面積	113ha	67ha（拡張計画完了後は186ha）
施設	牛舎13棟（フリーストール、パドック付） （436m牛舎：1100頭規模 346m牛舎：900頭規模） カーフハッチ、堆肥処理施設、 飼料庫および加工施設、TMRセンター	牛舎20棟（フリーストール、パドック付） （500m牛舎：1000頭規模 250m牛舎：500頭規模） カーフハッチ、堆肥処理施設、 飼料庫および加工施設、TMRセンター
飼養品種	ホルスタイン種	ホルスタイン種
設立時の牛の由来	豪州から8200頭、国内からも導入	豪州から4000頭、国内から3700頭導入
飼養頭数	1万3000頭（最大３万頭）	9300頭（拡張計画完了後は最大３万頭）
経産牛頭数	4200頭	4000頭
搾乳方法	ロータリーパーラー（80頭規模）×２機	ロータリーパーラー（100頭規模）×２機
１日当たり搾乳回数	3回	3回
１頭・１日当たり乳量	40kg	41kg
１頭当たり年間（305日）乳量	約12トン	約12トン
平均産次数（グループ全体）	2.7産	2.0産
１日当たり生乳出荷量	160トン	150トン
生乳出荷先	蒙牛	蒙牛など
生乳販売価格	1キログラム当たり３元以上	1キログラム当たり３元以上
生乳の特徴	蒙牛の有機乳原料の95％を供給	蒙牛の高級牛乳シリーズの原料乳を供給
繁殖方法	人工授精（有機乳には性判別精液は使用不可）	人工授精（性判別精液を使用）
給与飼料	TMR 原料：トウモロコシ、えん麦、アルファルファなど （90％以上自給（近隣からの調達含む）、 輸入飼料は主にアルファルファ）	TMR 原料：トウモロコシ、えん麦、大豆かすなど （国内調達が主、輸入飼料は主に大豆油かす）
敷料	砂漠の砂、もみ殻、戻し堆肥など	おがくず、戻し堆肥など

資料：聞き取りに基づき機構作成

コラム１―写真１　搾乳施設（左：中国聖牧、右：内蒙古海高牧業）

コラム１―写真２　長さ500メートルの牛舎、１棟で1000頭飼養可能（内蒙古海高牧業）



コラム１―写真３　1500個のカーフハッチが並ぶ（中国聖牧）

コラム１―写真４　左・中央：TMRセンターと給餌用飼料の積み込み、
右：豊富な原料供給により、貯蔵されたサイレージの山が続く（いずれも中国聖牧）

中国聖牧は有機乳を生産し、全量を国内乳製品生産量第２位の蒙牛乳業に出荷している（コラム１―写真５）。中国で有機乳の認証を得るには一定の要件（コラム１―表３）を満たす必要があり、中でも遺伝子組み換え飼料や飼料生産への農薬の使用については、その事実を確認するため、輸入先での栽培状況を現地で確認し、物流の過程を含めて追跡ができるよう輸入側との間で独自のトレーサビリティ（追跡可能性）の仕組みを構築している。これにより、24年に生乳価格が大きく下落し、グループ全体として約６千万元（14億円）の赤字となった際にも、有機乳は安定した価格で取引されたことで、酪農部門は黒字を維持したという。

コラム１－写真５　左：有機（ORGANIC）を記した酪農場の貯乳タンク、中央：同酪農場の生乳で製造された常温保存の有機牛乳（いずれも中国聖牧）、右：中国有機産品認証マーク

コラム１―表３　中国の有機乳の認定要件

No.	要件
1	遺伝子組み換え飼料を利用しない。
2	飼料生産に農薬を使用しない。
3	化学肥料を使用しない。 （有機飼料生産用の農地として使用するためには、通常の農地で３年間、天然草地や草原で１年間の更新期間を要する。）
4	抗生物質を使用しない。 （年２回までは使用可能。ただし、休薬期間は通常の２倍とする必要）
5	性判別精液を使用しない。
6	風通しの確保、運動場（パドック）の設置など （アニマルウェルフェアの観点からの配慮）
備考	生体牛を導入した場合には、６カ月間、有機飼料で飼い直しをした上で、生乳生産が可能。条件を満たすまでの間に搾乳した生乳は廃棄。

資料：聞き取りに基づき機構作成

一方、生乳価格の低下を受けて内蒙古海高牧業の酪農場では、飼養頭数２万5000頭規模を目指すとした第３期までの計画を第１期の段階で停止し、投資コストを抑制した。また、約１万頭の飼養規模ながら、出荷量を調整するとともに、より高い乳価を得るため出荷先として蒙牛乳業を中心に数社に分散したことで、乳価変動を抑えて黒字を維持したという。

このように、近代化が進んだ集約的管理を行う酪農場であっても、昨今の生乳価格下落は大きな影響を受けていることがうかがえた。しかし、両酪農場とも厳しい経営環境下にありながらも、毎年、海外の酪農場などを視察して先進的な管理モデルの吸収に努めるなど、国際的競争力を備えた原料乳生産基地としての可能性を感じさせた。

さらに、現在、中国国内の乳製品需給は緩和といえる状況にあるものの、コストの引き下げにつながる規模拡大の余地は大きい。将来的な生乳供給余力を踏まえると、不採算の酪農場や乳業工場の淘汰（とうた）・集約化が進み、先進的な乳製品工場への投資など生産規模の拡大などが進むことで、輸入依存度の高い乳製品の供給改善にも結び付く可能性がある。

3　乳製品の需給動向

中国では、生乳生産量の９割が飲用乳向けに仕向けられており、チーズ、バターといった高付加価値製品向けには残りの１割程度しか仕向けられていない。そのため、チーズやバターの国内生産量は非常に少ないという特徴を有している。この点を踏まえつつ、（１）では主な乳製品の需給動向などを確認する。

参考として、牛乳生産量の８割（生乳生産量全体の７割）が滅菌乳（常温保存牛乳）であり、低温殺菌乳(注７)は２割（同２割）程度にとどまっている（写真１）。

（注７）中国の低温殺菌乳は60～90度で殺菌されており、日本の低温殺菌乳（63～65度殺菌）とは定義が異なる。本稿における「低温殺菌乳」は中国の定義に基づいて使用する。

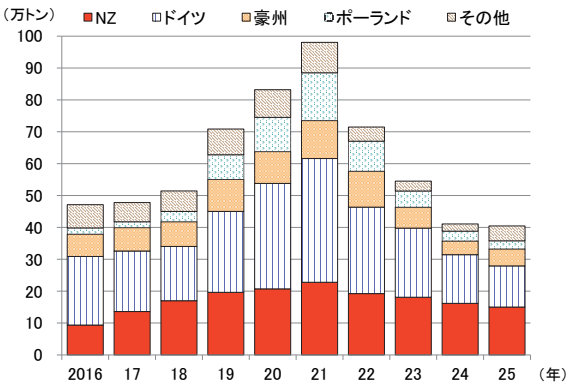
写真１　牛乳の販売状況（北京市）
（低温殺菌乳は、中身が分かりやすいペットボトルでの販売が主流。
左：価格は950ミリリットル当たり10～20元（237～475円）程度、
右：常温保存牛乳の価格は200ミリリットル当たり６元（142円）程度）

また、飲用乳（常温保存牛乳）の輸入量は、中国国内の生乳生産量増加を受けて2021年以降は減少しているものの、直近の25年でもおよそ40万トンが輸入されている（図８、写真２）。業界団体である中国乳業協会によると、中国産の牛乳・乳製品は一般的に国民から「低級品」と認識される一方、輸入品は「高級品」と見なされており、このブランドイメージによって一定の需要が維持されているとしている。

ここ最近の輸入品の特徴として、乳糖不耐症の消費者が多いとされる中国において、A2βたんぱく質牛乳(注８)の取り扱いが拡大している点が挙げられる。

（注８）牛乳中のたんぱく質の一種であるβ－カゼインの遺伝的変異により、消化にやさしいとされる。

図８　飲用乳の国別輸入量の推移



資料：「Global Trade Atlas」
注１：HSコード＝0401.10、0401.20（製品重量ベース）。
注２：図２とは出典が異なるので一致しない。

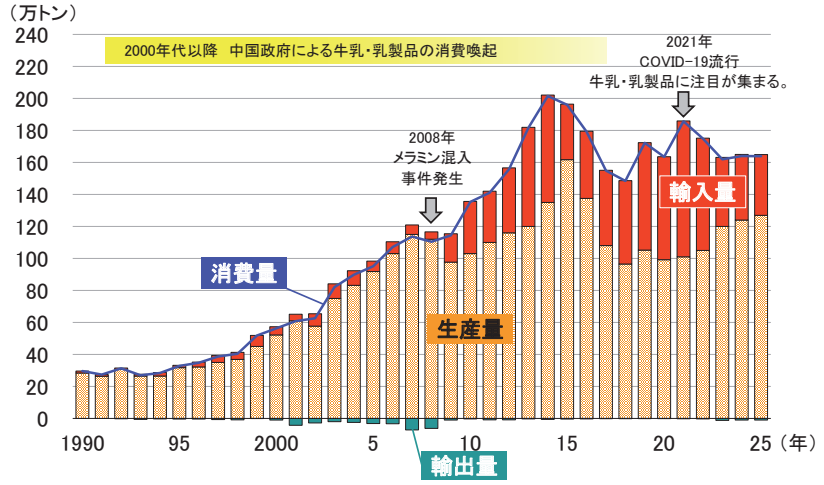
写真２　輸入飲用乳（常温保存乳）の販売状況（北京市）
（左：NZ産250ミリリットル×10本で約60元（1424円）、
中央：ドイツ産A2ミルク250ミリリットル×10本で約60元（1424円）、
右：豪州産A2ミルク200ミリリットル×10本で約80元（1898円））

（１）主要乳製品の需給動向

ア　全粉乳

全粉乳は、還元乳や乳飲料、製菓・製パンや加工向けなど、さまざまな用途で幅広く利用されており、消費量は近年、160万トン前後で推移している（図９）。また、全粉乳は余乳発生時の需給調整機能も担っており、2021年以降の生乳生産量増加による生乳価格の下落を受け、中国政府は補助金を措置して生乳を全粉乳に加工することで需給調整を図った。この結果、国内での全粉乳生産量が増加し、輸入量は減少している。さらに、第４章でも触れるが、25年９月に施行された国家基準「全国食品安全基準のうち牛乳（滅菌乳）」の改正により、「滅菌乳（常温保存牛乳）の生産には生乳のみを原料として使用することを許可し、還元乳の使用を禁止」とされた。これにより、実質的に全粉乳の使用は困難となり、今後の輸入量はより減少に向かう可能性が高い。

図９　全粉乳の生産量、輸出入量および消費量の推移

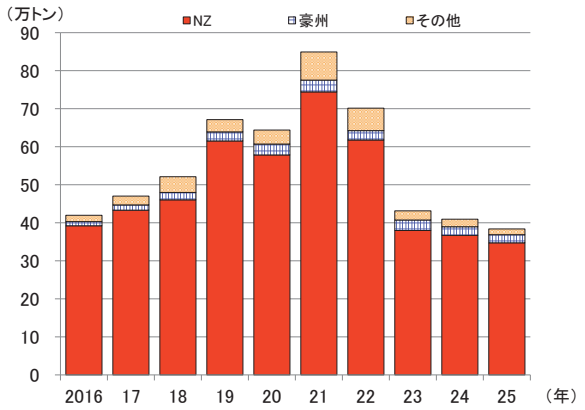


資料：OECD-FAO「Agricultural Outlook 2025-2034」
注：「輸出量」は、上記期間を通して０～７万トンで推移。

主な輸入先はニュージーランド（NZ）（注９）であり、25年は輸入量全体の約９割を占めた（図10）。

（注９）2024年１月１日以降、NZからの全品目の乳製品の関税が撤廃されている。詳細については海外情報「中国向け乳製品、全品目の関税が撤廃（NZ）」（https://www.alic.go.jp/chosa-c/joho01_003696.html）をご参照ください。

図10　全粉乳の国別輸入量の推移

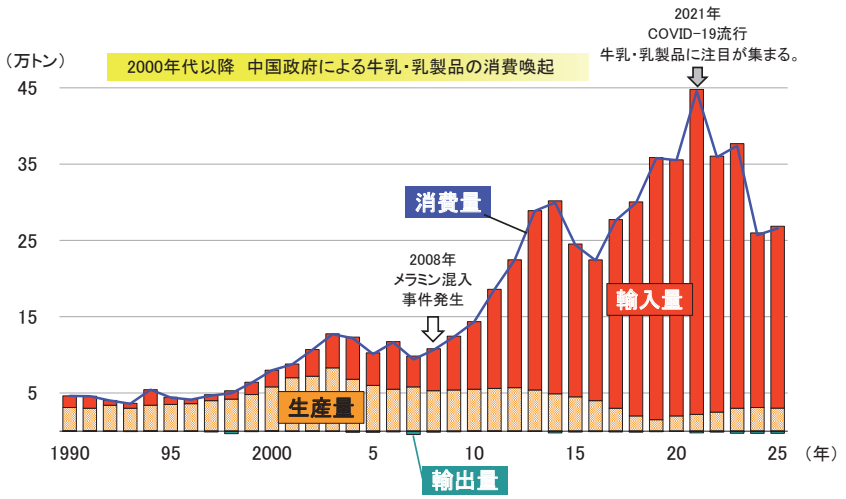


資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコードは、0402.21、0402.29（製品重量ベース）。

イ　脱脂粉乳

脱脂粉乳は、はっ酵乳や乳飲料、製菓・製パン向け、育児用調製粉乳原料など、さまざまな用途で利用されている。しかし、国内ではバターや生クリームの生産量が少なく、原料となる脱脂乳の供給が限られることで、国内需要を満たす生産には至らず、大部分を輸入に依存している（図11、写真３）。COVID－19拡大期の2021年には消費量が45万トンまで増加したが、その後は減少し、現在は25万トン程度で推移している。

図11　脱脂粉乳の生産量、輸出入量および消費量の推移

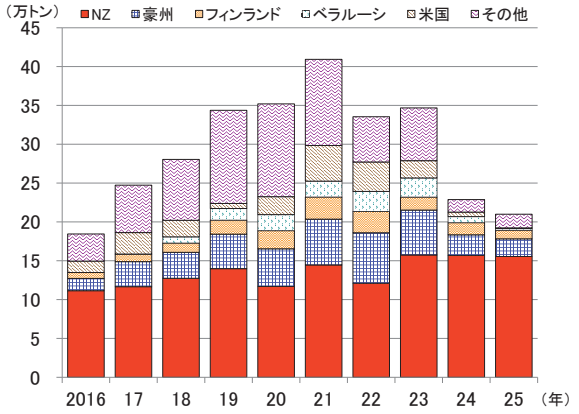


資料：OECD-FAO「Agricultural Outlook 2025-2034」
注：「輸出量」は、上記期間を通して０～0.4万トンで推移。

写真３　原料用脱脂粉乳の利用が多いヨーグルトの販売状況（北京市）
（左：量販店ではさまざまな種類の飲むヨーグルトが並び、
価格は100ミリリットル当たり３元（71円）、
中央・右：空港では高品質をうたったハードタイプのヨーグルトが
土産や贈答用に販売され、価格は１個当たり８元（190円））

主な輸入先はNZであり、25年は輸入量全体の７割を占め、これに次ぐ豪州（１割強）、フィンランド（１割弱）と合わせた３カ国で、およそ９割を占めた（図12）。

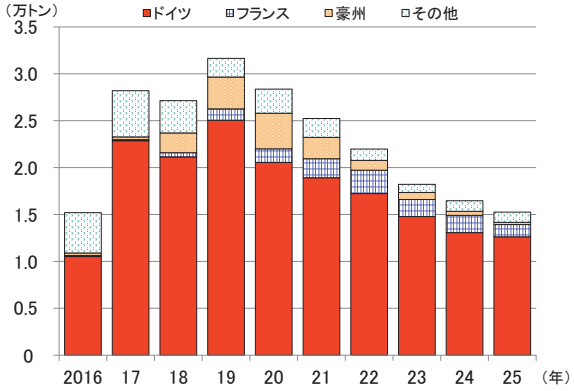
図12　脱脂粉乳の国別輸入量の推移



資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコードは、0402.10（製品重量ベース）。

また、数量は少ないながらもヨーグルト自体の輸入も行われている。19年には主にドイツから３万トン超を輸入していたが、近年は国内生産量の増加などにより、最盛期の半分程度に落ち込んでいる（図13）。

図13　ヨーグルトの国別輸入量の推移

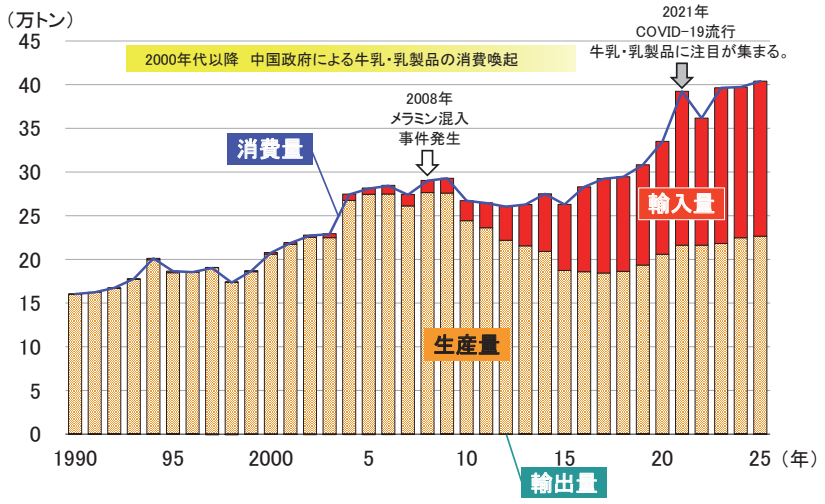


資料：「Global Trade Atlas」
注１：HSコードは、0403.10（2021年以前）と0403.20（22年以降）（製品重量ベース）。
注２：22年１月１日のHS品目表の改訂により、市場実態に合わせてヨーグルトの範囲が拡大されたため、21年以前と22年以降のデータに連続性はない。

ウ　チーズ

国内で生産されるチーズは、主にピザやハンバーガーなど外食向けを中心としたプロセスチーズであり、この原料用としての輸入が多い。近年は外食向けに加え、製菓・製パンや飲料向けの需要も増加しており、消費量は40万トンに達している。このうち半分弱を輸入で賄っている（図14、写真４）。また、他店舗との差別化、食の多様化などからナチュラルチーズの消費も増える中で、国産ナチュラルチーズの生産も徐々に増加しつつある。

図14　チーズの生産量、輸出入量および消費量の推移



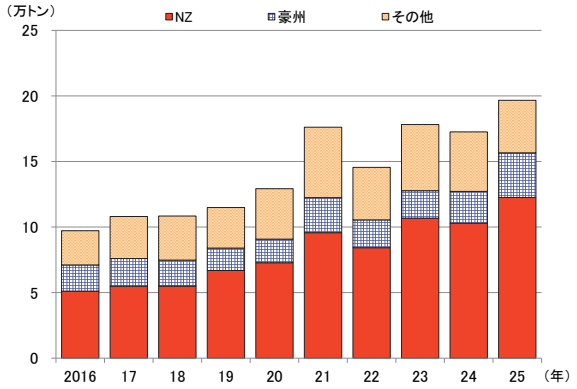
資料：OECD-FAO「Agricultural Outlook 2025-2034」
注：「輸出量」は、上記期間を通して０～0.1万トンで推移。

写真４　外食店や飲料店でのチーズ使用例
（左：カウンター席の目の前でチーズを下ろして振りかける人気の日系ハンバーグ店（上海市）、右：紅茶や緑茶などの上にチーズクリームを乗せたチーズティーが人気（北京市））

主な輸入先はNZであり、2025年は輸入量全体の６割強を占めた。これに次ぐ豪州と合わせた２カ国で、およそ８割を占めた（図15）。

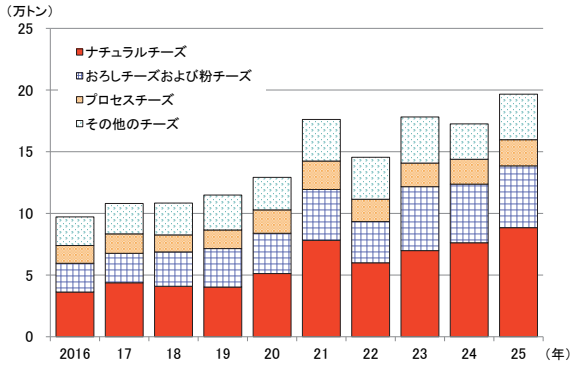
種類別輸入量を見ると、ナチュラルチーズが約半数を占め、次いでおろしチーズおよび粉チーズ、プロセスチーズの順となっている（図16、写真５）。

図15　チーズの国別輸入量の推移



資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコード＝0406（製品重量ベース）。

図16　チーズの種類別輸入量の推移



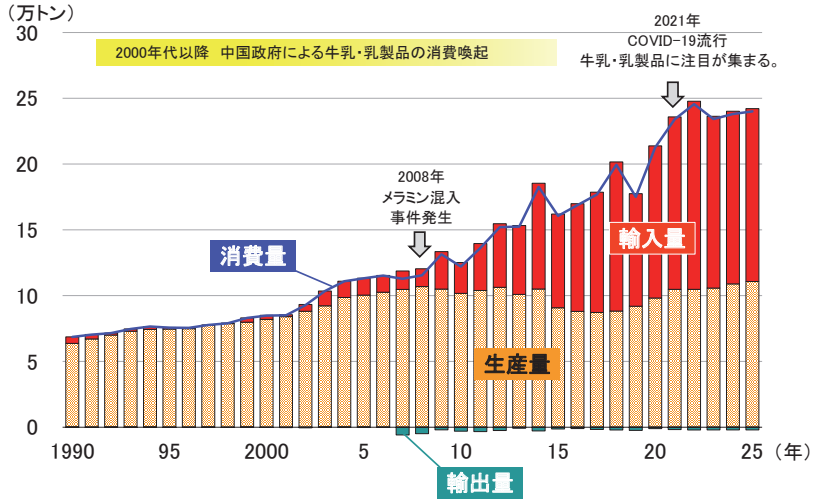
資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコード＝0406.10（ナチュラル）、0406.20（粉）、0406.30（プロセス）、0406.40および0406.90（その他（ブルーチーズほか））（製品重量ベース）。

写真５　輸入ナチュラルチーズの販売状況（北京市内）
（高級スーパーマーケットなどでは、欧州や米国産などのチーズが並び、100グラム当たり14～60元（332～1424円）で販売されている。）

エ　バター

バターは、製菓・製パン、外食などを中心に需要が拡大しており、ここ数年の消費量は25万トン弱で推移している。しかし、国内生産のみでは需要を賄うことが難しく、輸入量は増加傾向にあり、年間15万トン程度まで拡大している（図17）。

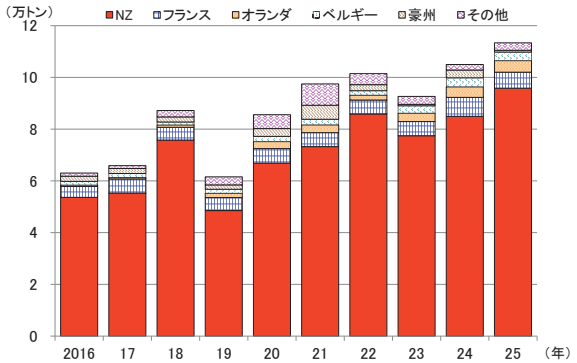
図17　バターの生産量、輸出入量および消費量の推移



資料：OECD-FAO「Agricultural Outlook 2025-2034」
注：「輸出量」は、上記期間を通して０～１万トンで推移。

主な輸入先はNZであり、2025年は輸入量全体の８割強を占めた（図18、写真６）。

図18　バターの国別輸入量の推移

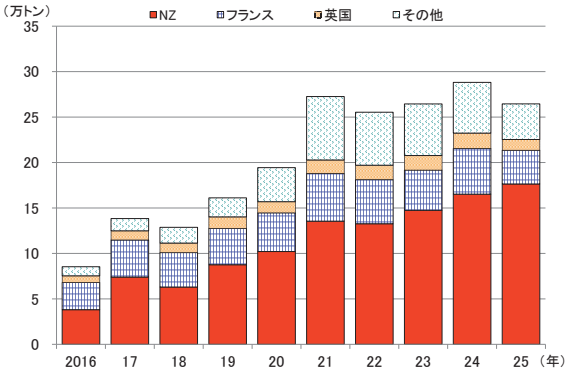


資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコードは、0405.10（製品重量ベース）。

写真６　バターの販売状況
（上：北京市、下：内モンゴル自治区フフホト市）
（上：多種の輸入バターが販売され
100グラム当たり12～18元（285～427円）、
下：国産バターの販売は一部にとどまり
同14元（332円））

このほか、バターと同様に生クリームも製菓･製パン向けを中心に需要が高まっている。バターに比べて加工度が低いため国内生産が増加しており、近年の輸入量は25万トン前後で推移している（図19、写真７）。

図19　ミルクおよびクリームの国別輸入量の推移



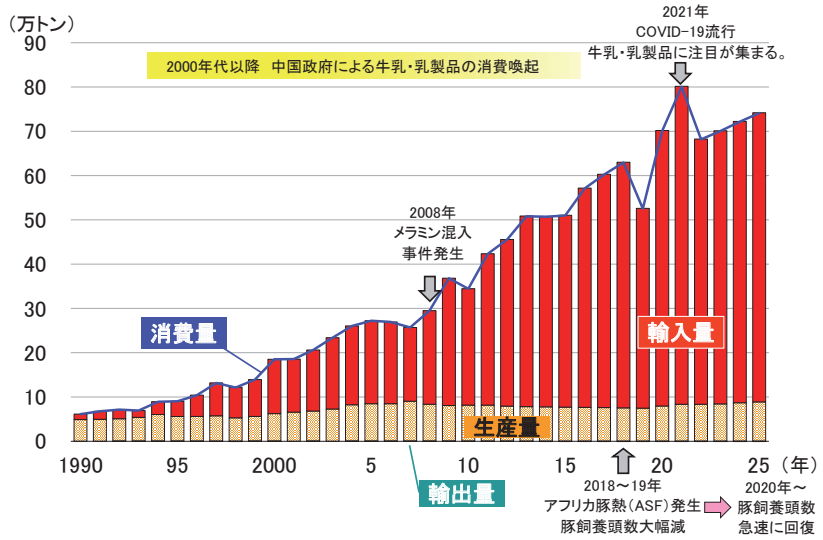
資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコードは、0401.50（（脂肪分が全重量の10%以上）、製品重量ベース）。

写真７　生クリームの販売状況（北京市）（左端の輸入生クリームは100グラム当たり９元（214円）、中央の輸入スプレーホイップ生クリームは同12元（285円）、右端の国産生クリームは同４元（95円）。中国では常温保存可能な超高温殺菌生クリームの販売が主流とされる。）

オ　ホエイ

ホエイは大部分が養豚飼料向けであり、一部が育児用調製粉乳など食品向けに使用されている。2018年に中国でアフリカ豚熱（ASF）が発生し豚飼養頭数が大幅に減少したため、19年には消費量が大幅に落ち込んだ。しかし、その後、豚飼養頭数の急激な回復、また、食用需要として、近年の世界的なたんぱく質需要を背景に中国国内での食品原料利用も高まっている。この結果、ここ数年の消費量は70万トンを超えて推移している。ただし国内生産量が少ないため、需給の大部分を輸入に依存している（図20、写真８）。

図20　ホエイの生産量、輸出入量および消費量の推移

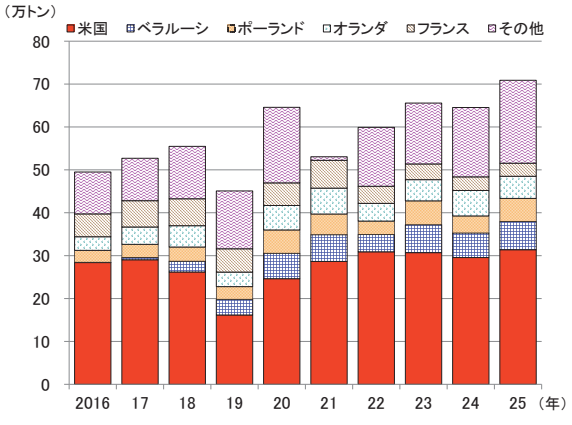


資料：OECD-FAO「Agricultural Outlook 2025-2034」
注：「輸出量」は、上記期間を通して０～0.1万トンで推移。

写真８　ホエイを使用した食品の販売状況（北京市および上海市）
（左：贈答用のホエイパウダー缶、450グラム２缶で449元（１万655円）、
中央：コンビニエンスストアで販売されるプロテインバー、１本で7.6元（180円）、
右：たんぱく質強化ヨーグルト、３個１パックで19.9元（472円））

主な輸入先は米国であり、25年は４割強を占めた。次いで、ベラルーシ、ポーランド、オランダ、フランスがそれぞれ１割弱で、これら５カ国で全体の７割強を占めていた（図21）。

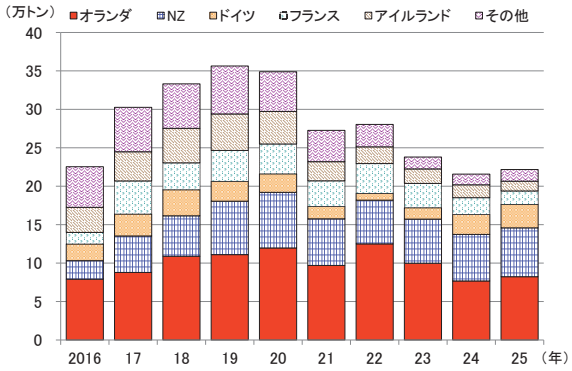
図21　ホエイの国別輸入量の推移



資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコード＝0404.10（製品重量ベース）。

また、育児用調製粉乳自体の輸入量も多く、19年には欧州およびNZから35万トンを輸入しているが、近年は中国国内での生産量増加などにより、20万トン程度で推移している（図22）。

図22　育児用調製粉乳の国別輸入量の推移



資料：「Global Trade Atlas」
注：HSコードは、1901.10（製品重量ベース）。

（２）乳製品需給の特徴と今後の見通し

（１）で述べたように、中国では全粉乳が余乳発生時の需給調整機能も担っている。これは、もともと生乳生産量が限られ、牛乳・乳製品の消費も極めて少なかった中で、比較的消費者になじみがあった飲用乳を主体に供給を進めてきた経緯があり、還元乳原料として全粉乳の利用価値が高かったことに由来する。伊利や蒙牛乳業といった大手乳業会社では、現在でも飲用乳を中心とした製品供給が行われている。

この結果、飲用乳向け主体の生乳供給体制が構築され、チーズやバターなどの乳製品

生産は限定的であった。しかし、食の多様化の進展に伴いこれらの需要が高まったことで、輸入量は大幅に増加している（写真９）。

写真９　人気飲料店での行列の様子（上海市）（乳製品を使った茶系飲料やフランス産輸入バターを使った焼き菓子で人気）

では、国内の生産体制はどのように進んでいるのか。現地乳業関係者によると、国内のチーズやバターの生産は増加基調とされている。これは主に、地方政府が主体となり、経営基盤の脆弱（ぜいじゃく）な地元中小乳業会社を支援するため、大手と比較して価格競争力を持ちにくい飲用乳の製造から、チーズやバター製造への転換を指導する事例が増えているためである。これら製品は主に業務用として販売されており、近年は品質も向上している。特にバターについては、輸入品と比べても見劣りしない品質水準に達するものもあるとされる。

このような動きは需給調整機能の強化に寄与するが、短期的な乳価の押し上げにつながるかは不透明である。これは、国内原料乳の約５割が、伊利と蒙牛乳業の２大乳業会社による買い付けであり、両社が原料乳の価格決定権を握っていることによる。また、現在、飲用乳の販売低迷から両社の業績は落ち込んでいるとされ、乳価は引き続き低水準を維持するとみられている。このため、現在の安価な乳価水準が維持されれば、バターについては輸入品に対して一定の競争力を有することになる。

一方、チーズは一定量を製造・販売するための設備や技術などの水準が高いことから、国内よりも輸入に依存する傾向が依然として強い。しかし、国内需要の増加と安価な乳価水準を踏まえれば、今後の国産チーズ生産の拡大余地は大きい。

また、製菓･製パンを中心にチーズやバターの需要が高まる中で、これらの製造時に発生する脱脂粉乳やホエイは、いずれも輸入依存度が高いものであり、これらを加工する施設への設備投資も並行して進めば、輸入量は減少に転じ、余剰感のある生乳需給の改善にも寄与する可能性がある。

次章では、現地調査などを通じて把握した中国政府および業界の方針、ならびに乳業会社の意向について紹介する。

4　今後の乳製品製造の見通し

（1）政府および業界の方針

中央政府は、2025年２月に公表した中国一号文件[注10]で初めて乳用牛に言及して以降、牛乳・乳製品に関連するさまざまな施策を発出している（表１）。これらの施策は、１）国産生乳の使用拡大、２）牛乳・乳製品の消費拡大、３）国産乳製品の生産拡大ーの３点に集約される。つまり牛乳、特に常温保存牛乳の生産に多くの生乳が使用されている現状を見直し、チーズやバターなど高付加価値製品の国内生産を増やす方針が明確になったと言える。

（注10）中国政府が毎年公表する文書のことであり、その年に最も重視する政治課題が取り上げられるとされ、2004年からは毎年「三農」（農業、農村、農民）が主題とされてきた。

表１　牛乳・乳製品に関する中央政府の主要政策

政策	公布日	担当機関	概要（抜粋）
農村改革をさらに一歩深化させ、農村の全面的な振興を着実に推進することに関する意見（25年中央一号文件）	2025年２月23日	中国共産党中央委員会、国務院	・肉用牛および乳用牛の困難を緩和する政策を着実に実施し、生産能力の安定を図る。 ・滅菌乳の国家基準を策定し、家族農場や農家協同組合を主体とする酪農育種・加工の統合発展を支援する。
国家基準「全国食品安全基準のうち牛乳（滅菌乳）」改正	2025年３月16日	国家衛生健康委員会、国家市場監督管理総局	滅菌乳（常温保存牛乳）の生産には生乳のみを原料として使用することを許可し、還元乳の使用を禁止。2025年９月16日施行。
農産物消費促進実施方案	2025年７月17日	中国農業農村部、国家発展改革委員会、教育部、工業情報技術部、商務部、文化観光部、国家衛生委員会、市場規制国家管理局、体育総局、国家知的財産庁	・すべての地域に学生向け飲用乳の普及・拡大を促す。 ・健康的な消費の宣伝と指導を強化する。 ・健康的な牛乳飲用に関する公益宣伝を展開し、科学的な牛乳飲用知識を普及させ、滅菌乳の国家基準を普及させ、健康的な牛乳飲用意識を育成し、国産乳製品の認知度を高める。
酪農業の救済を加速し、酪農業の高品質発展レベルを引き上げることに関する通知	2025年７月28日	中国農業農村部弁公庁	・チーズ、特産発酵乳等の高付加価値加工製品の発展を奨励。 ・飼養・加工一体化を支援し、長期売買協力及び契約違反懲戒メカニズムの構築を模索。 ・簡易包装牛乳、低価格牛乳の発展を奨励[注]し、「学生飲用乳計画」の拡大、乳製品消費券の発行を奨励。 ・「滅菌乳」国家基準の改正を推進し、滅菌乳への還元乳の添加を明確に禁止し、国産生乳の使用を誘導。
農業農村の現代化に目標を定め、農村の全面的な振興を着実に推進することに関する意見（26年中央一号文件）	2026年２月３日	中国共産党中央委員会、国務院	・肉用牛および乳用牛の困難からの回復の成果を確実にし、需給バランスと健全な発展を促進する。 ・乳製品の消費を促進するために複数の対策を講じる。
農村改革をさらに一歩深化させ、農村の全面的な振興を着実に推進することに関する意見の実施意見	2026年２月６日	中国農業農村部	26年中央一号文件を受け、１）優良な繁殖雌牛の増頭・能力の向上、２）学生向け飲用乳の普及強化、３）乳製品の深度加工の促進、４）乳製品消費拡大の推進ーなどの取り組みを明記。

資料：公表情報に基づき機構作成

注：現地専門家によると、同通知の要点は、ギフトボックス仕様や高級感を強調した包装などの過剰包装を抑制し、価格を抑え、国民の日常的な消費ニーズを満たす製品の生産を企業に促す点にあるという。

中央政府の方針を踏まえ、中国の主要乳業で構成される業界団体の中国乳業協会は25年７月14日、中国乳業上位20社などと共同で策定した「中国乳業奮進2030」などの戦略的指針を公表している（表２）。

表２　中国乳業協会が取りまとめ・公表した戦略的指針

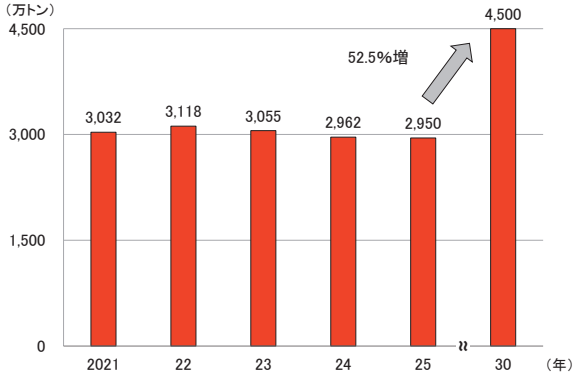
指針	概要（抜粋）
中国乳業奮進2030	【2030年までの主要目標】 ・（生産供給能力の基盤強化）乳製品生産量4500万トン前後を目指す。原料乳自給率70%以上を維持。 ・（産業の質向上）100頭以上の大規模農場の割合を約85%に拡大。１頭当たり生乳生産量10トン以上。サプライチェーン全工程の全面的なデジタル化。 ・（品質安全の確保）乳製品監督検査合格率99%以上を維持。 ・（乳製品消費の拡大）１人当たり牛乳・乳製品消費量47kg以上。深度加工乳製品と牛乳（常温保存牛乳含む）の消費構造がより合理化。消費層と消費パターンがより多様化。
乳業生産・加工・販売一体化戦略発展計画	【2030年までの発展目標】 ・中国乳業における生産・加工・販売の一体化率75%以上。
新たな情勢下における中国の乳牛飼養の転換・高度化への道筋	【2030年までの主な戦略目標】 ・大規模農場の乳牛飼養頭数の総増加量を50万頭以内に抑制。 ・１頭当たり生乳生産量11.5～12トン。 ・生乳加工比率を60～70%に引き上げ。 ・酪農場と加工の利益を両立させる生乳価格形成メカニズムの基礎を構築。
乳製品構造最適化と消費拡大の新ルート方案	【2030年までの主要目標】 ・１人当たり牛乳・乳製品消費量47kg以上。 ・深度加工乳製品の割合向上。

資料：公表情報に基づき機構作成

同指針では、５年後である30年の目標として、１）乳製品生産量4500万トン前後、２）原料乳自給率70%以上、３）乳製品の製品監督検査合格率99%以上、４）１人当たり牛乳・乳製品消費量47キログラム以上ーといった具体的な数値目標を掲げている。このうち乳製品生産量(注11)は、25年の2950万トンから５年間で4500万トン前後へと約５割増を目指すものである。しかし、高付加価値製品の具体的な増加割合については明らかにされていない（図23）。

（注11）液状乳（牛乳、加工乳、はっ酵乳など）と高付加価値製品（チーズ、バターなど）を合わせた数値。

図23　乳製品生産量の推移



資料：中国国家統計局、中国乳業協会「中国乳業奮進2030」
注：乳製品には牛乳（常温保存牛乳を含む）、はっ酵乳、バター、チーズ、粉乳などを含む。

（２）乳業の意向

中国の乳業会社のうち、2024年の乳製品生産量上位５社で全体の約７割を占めており（表３）、今後の中国の乳製品生産動向を左右する極めて重要な存在であると言える。

表３　中国乳業上位５社の乳製品品目別生産・消費・輸出量（2024年）

（単位：万トン）

順位	乳業	項目	液状乳（注1）	粉乳（注2）	チーズ	クリーム	練乳	乳児用調製粉乳	合計	液状乳が占める割合	備考
1	伊利	生産量	903.5	10.0	6.0	5.0	4.0	28.0	956.5	94.5%	・輸出先は香港、マカオ。
		消費量	903.0	9.8	6.0	5.0	4.0	27.9	955.7	94.5%	
		輸出量	0.5	0.2	0.0	0.0	0.0	0.1	0.8	62.5%	
2	蒙牛	生産量	800.0	8.0	8.5	－	－	13.0	829.5	96.4%	・子会社のチーズ生産量を含む。 ・クリームは液状乳または粉乳などに含まれている。 ・練乳は生産量が少ないためデータなし。 ・輸出先は香港、マカオ。
		消費量	799.65	7.8	8.5	－	－	12.92	828.87	96.5%	
		輸出量	0.35	0.2	0.0	－	－	0.08	0.63	55.6%	
3	光明	生産量	132.6	12.0	1.2	0.8	0.4	3.0	150.0	88.4%	・チーズ、乳児用調製粉乳、粉乳は、主にNZの子会社が生産。 ・輸出量はNZ子会社から中国以外への輸出量。輸出先は不明。
		消費量	132.42	5.0	0.4	0.8	0.4	1.0	140.02	94.6%	
		輸出量	0.18	7.0	0.8	0.0	0.0	2.0	9.98	1.8%	
4	新希望	生産量	111.9	0.3			0.7	－	112.9	99.1%	・乳児用調製粉乳は製造していない。 ・チーズ、クリーム、練乳の個別の数値はない。 ・輸出先は香港、東南アジア。
		消費量	111.75	0.3			0.7	－	112.75	99.1%	
		輸出量	0.15	0.0			0.0	－	0.15	100.0%	
5	新疆天潤	生産量	28.9	0.7	0.15	－	－	－	29.7	97.1%	・クリームや練乳の生産量は非常に少なく、多くは外部購入。 ・乳児用調製粉乳は製造していない。 ・輸出先は中央アジア（カザフスタンなど）。
		消費量	28.8	0.7	0.15	－	－	－	29.7	97.1%	
		輸出量	0.1	0.0	0.0	－	－	－	0.1	100.0%	
						（参考）上位５社合計生産量			2078.6	95.1%	
						（参考）中国全体の乳製品生産量			2961.8	92.7%	
						（参考）全体に占める上位５社の割合			70.2%		

資料：各社への聞き取りおよび公表資料に基づき機構作成
注１：牛乳、加工乳、発酵乳など。
注２：全粉乳および脱脂粉乳。
注３：数量は生乳換算ベース。

第３位の光明乳業によると、現在、中国の乳業各社が注目している製品は、１）付加価値のある低温殺菌乳、２）チーズ、バターなどの高付加価値製品―であるとしている。

このうち、低温殺菌乳については、たんぱく質強化牛乳やA2βたんぱく質牛乳などの付加価値商品は、北京や上海といった大都市だけではなく地方都市でも年々需要が伸びており、中国乳業にとって最も有望な分野とみられる（写真10）。上位５社の乳製品生産量に占める液状乳の割合が95%を超えている現状を踏まえれば、注視し、商品の展開を行う上で極めて現実的な判断と言える。

写真10　付加価値のある低温殺菌乳の販売状況（上海市）
（たんぱく質が100ミリリットル当たり5.0グラム含まれる牛乳、
左：１本435ミリリットルで18.9元（448円）、
右：A2βたんぱく質牛乳、１本430ミリリットルで5.9元（140円））

他方で、チーズ、バターなどの高付加価値製品の生産については、現状では、中国国内の生乳仕向け量の10%未満が仕向けられる程度であり、EUやオセアニアなど主要乳製品生産地域と比較すると大きな差が生じている。しかし、１）今後の市場成長の潜在力が大きいこと、２）生産能力が高まることで生乳仕向け割合が増加し、需給調整機能の役割を担うとともに生乳価格の平準化にも寄与することーから、酪農・乳業全体の発展には非常に有益な製品とされている。

今後５年間の市場成長率について同社は、１）低温殺菌乳がけん引することで牛乳市場は年平均２～５%の安定的成長が続く、２）高付加価値製品は国内生産量の急激な増加は見込みにくいものの、外食産業や製菓・製パン分野からの需要が継続することから、チーズで同20%、バターで同５～ 10%程度の成長が期待されるーとの見通しを示している。

26年３月に発行された中国の業界紙によると、最近、乳業最大手の伊利が年間生産能力１万トンのナチュラルチーズ工場の稼働を開始したとするなど、各地の乳業会社による高付加価値製品の生産拡大が報じられている。

【コラム２】　チーズやバターの消費をけん引する製菓・製パンの展開

中国の首都である北京、上海などの大都市を歩くと、ショッピングセンターや地下鉄駅構内、コンビニエンスストアなど、さまざまな場所でベーカリーショップ（パン屋）を見かける。そこでは、総菜系やスイーツ系のパン、本格的なバゲットやクロワッサン、食パンなど、日本のパン屋と比較しても遜色のない商品が幅広く販売されている（コラム２―写真１）。

コラム２―写真１　ベーカリーショップでの販売状況
（左：チーズやバターを多く使用したパンが並ぶ（北京市）。
右：多くの人がパンを買い求める（上海市）。）

中国では、昔から小麦を用いた蒸しパン（饅頭（まんとう））が一般的に食されてきたが、1990年後半から、さまざまな過程を経てパン文化が急速に浸透してきた。特に近年は、１）食生活の多様化、２）生活様式の変化、３）SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を通じた新たな情報・商品への追及ーといった要因が、パン市場の拡大を後押ししているとみられる。バターやチーズなどを多用した商品も多く、これらが乳製品需要の拡大をけん引している。見た目が良くストーリー性がある高級食パンや、店舗で手作りされるパンなどを

中心に、SNSで拡散される「推し活」ならぬ「推しパン」文化も広がっている。

また、最近はいわゆる日本風の洋菓子も大幅に増加し、ベーカリーショップでの取り扱いも増えており、バターに加え生クリームの需要も押し上げることで、国産原料の生産拡大に寄与する存在となっている。ただし、見た目は日本の商品と遜色ないものの、常温保存可能な生クリーム製品を用いている商品もあり、その味わいには違いがあるとの指摘も現地関係者から聞かれ、より鮮度の高い原料供給への期待が高まっている（コラム２―写真２）。

コラム２－写真２　洋菓子の販売状況
（左：パンの販売と並行してさまざまな種類のケーキが販売される（北京市）。
ショーケース内の商品には、見た目が綺麗なサンプル製品が並ぶことも多い。
右：高級系のカフェではケーキ類５種盛り合わせが175元（4153円）で提供されている（上海市）。）

5　おわりに

中国の業界紙によると、「乳製品高度加工プロジェクト」によりチーズやバターなどの製造施設として2025年に中国で建設中または新規着工された施設は70カ所を超え、すべてが稼働した場合の１日当たり製造能力は１万5000トン超と見込まれている。また、現在、稼働中の施設１日当たり製造能力は5000トンを超えており、需給調整機能として重要な手段になりつつある。しかし、安定性や風味の面で輸入品に劣ることから、依然として輸入主体である点が課題とされている。

このため、引き続き量は求められるものの、今後の展望として、中国のチーズ・バターなどの乳製品市場は、「量の拡大」から「質の向上」への転換期にあるとも言える。チーズとバターに生クリームを加えた３品目は、消費の高度化や食生活の欧米化を背景に成長が見込まれる製品である。これらは、いずれもBtoB（企業間取引）を主体とした流通であるが、BtoC（企業と一般消費者との間で行われる取引）市場の伸びも顕著とされている。これに伴い用途も、従来の製菓・製パン、外食向けから、茶系飲料・コーヒー、冷凍食品、中華料理食材への利用、家庭内需要など、幅広い活用シーンが浸透しつつある。

今後これらの３品目は、１）国産品への切り替え、２）たんぱく質需要の増加、３）消費シーンのイノベーション（より良い変化）―という三つの要因に後押しされ、30年には市場規模が500億元（１兆1865億円）を

突破し、中国乳業の高度化をけん引する中核的存在になるとの見込みもある。

生乳生産が短い期間で飛躍的に増加した状況を踏まえると、市場拡大が見込まれる中で、特にバターについては早い段階で国内需要を満たし、輸出にも転じるのではとする見方も出ている。しかし、現実的には、チーズを中心に輸入依存が続くとみられ、昨今の米中関係などを踏まえると、関税がなく地理的に近いNZを中心とした輸入増加が見込まれる。他方でNZでは、環境問題などから生乳生産の伸びは難しい状況ともされ、製造される乳製品が限られることで、中国への輸出が増加した場合、同国から多くの乳製品を輸入する日本にとって、入手困難となる状況も予想される。事実として、輸出側からは、品目によっては、年間の輸出数量は中国向けの数量を決めた後で、残りの数量を他の輸出先で配分するといった声も聞こえてくる。

世界的な乳製品需給を見ると、生産面では環境問題や気候変動による飼料生産への影響、また、需要面では中国のみならず東南アジア諸国、中東やアフリカ諸国の消費増が見込まれており、安定した需給を維持するのは非常に難しいとの見方が強まっている。このため、中国を主点に世界的な乳製品の需給動向に注視するとともに、日本にとっては、酪農生産基盤の強化と乳製品需給の安定に向けた乳製品生産が求められている。

謝辞

本稿の執筆に当たり、2025年10～11月に内モンゴル自治区、北京市および上海市で現地調査を行った。本調査にご対応いただいた関係者の皆様方に、この場をお借りして深く御礼申し上げます。