

## 海外大手乳業メーカーと植物由来製品

### 急成長する植物由来乳製品代替品の市場と海外大手メーカーの動向

植物由来のいわゆるプラントベースフード(植物ベースの食品)は、昨年開催予定だった東京オリンピック・パラリンピック 2020 大会の観戦のために訪日する外国人をターゲットとして、数年前から様々な製品が準備されてきた。残念ながら東京 2020 大会は今年の 7 月に延期となったが、市場には植物ベースの食品は浸透しているようだ。国内大手ハンバーガーチェーンでは「植物肉」のパテを使用した製品が導入され、大手コンビニエンスストアでも「大豆ミート」を使用した弁当が販売されるようになった。また 100 年の歴史を持つ乳性飲料ブランドに「豆乳」を使用したものが発売され、デザート分野においては「乳と卵不使用」のプリンが発売されるなど話題になっている。従来から小売店では牛乳の隣に豆乳が陳列され、カフェチェーン店でも牛乳を豆乳に置き換えた「ソイラテ」は定番化している。また、第 3 のミルクとして注目を集めたアーモンドミルクも今では売場に定着し、最近ではオート麦ミルクなどの新たな植物性乳代替品が注目されている。今後、市場拡大が見込まれる商品にはどのようなものがあるのだろうか。海外市場および海外大手乳業メーカーの動向について紹介する。

#### 世界の植物性乳代替品の市場動向

米国の非営利団体であるグッド・フード・インスティテュート(GFI)の調べによると、植物由来の乳代替品の売り上げは、2017 年から 2019 年にかけて 14%伸びている。現在の主流はアーモンドミルクであり、次いで豆乳とのことであるが、オート麦ミルクの売り上げは同時期に約 20 倍に伸びたと報告されている。また同調査によると、植物ベースのヨーグルトの市場も 2017 年から 2019 年にかけて 95%伸びているようだ(\*1)。

一方英国の非営利団体であるビーガン協会では、英国の植物性乳代替品の市場は 2020 年から 2025 年にかけて年率平均 13.8%の成長を予測している。欧州全体においても同様に拡大しているようだ。マーケットの主流は米国同様アーモンドミルクとのことだが、麻、エンドウ豆、ヘーゼルナッツ、ココナッツ、カシューナッツなどの製品で構成される「その他」の製品も伸びている。しかしアーモンドミルクに比べ価格が高いことから、現在のところ可処分所得の高い消費者層に限定されているよう

だ。欧州の市場では、米国の市場と比べ「豆乳」のシェアが高いが、先に述べた「その他」の製品と比べると新規性に欠けると分析している(\*2、\*3)。

- 1) <https://www.gfi.org/> (米国の植物ベース食品市場)
- 2) <https://www.vegansociety.com/news/market-insights/dairy-alternative-market/european-plant-milk-market/uk-plant-milk-market#:~:text=The%20UK%20has%20a%20strong,between%20the%20years%202020%20%E2%80%93%202025.> (英国の植物性乳代替品市場)
- 3) <https://www.vegansociety.com/news/market-insights/dairy-alternative-market/european-plant-milk-market> (驚異的な成長をするヨーロッパの植物性乳代替品市場)

## 世界の乳業メーカー上位各社の動向

オランダのラボバンクが昨年 8 月に発表した 2019 年の売り上げによる世界の乳業メーカー会社トップ 10 は表 1 の通りである(\*4)。上位 2 社は前年から変動はないが、北米のデリーファーマーズオブアメリカは前年の 6 位から 3 位に躍進し、中国の 2 社もランクを上げた反面欧州のダノン、フォンテラ、アーラの各社は順位を下げている。

表 1:世界の乳業メーカーTOP 10

	会社名	本社所在国	売上億ドル
1	ネスレ	スイス	221
2	ラクタリス	フランス	210
3	デリーファーマーズオブアメリカ	米国	201
4	ダノン	フランス	182
5	伊利	中国	134
6	フォンテラ	ニュージーランド	132
7	フリーズランドカンピーナ	オランダ	126
8	蒙乳	中国	119
9	アーラ・フーズ	デンマーク	118
10	サブート	カナダ	113

(出典：ラボバンク資料からJミルクで作成)

これら世界をリードするトップ 10 の乳製品会社の中から 5 社について、植物ベースの乳代替品製品への取り組みについて調べてみた。

- 4) [file:///C:/Users/tatujapan12/Downloads/2708575\\_Rabobank\\_Global-Dairy-Top-20\\_2020\\_Ledman\\_Aug2020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/tatujapan12/Downloads/2708575_Rabobank_Global-Dairy-Top-20_2020_Ledman_Aug2020%20(1).pdf)

### ● ネスレ

世界最大の食品メーカーでもあるネスレ社は、M&A の活用と新製品開発に力を入れ、植物ベースの代替肉の分野における存在感を示してきたが、2018 年には植物ベースのチーズとバター分野においてラボバンクが音頭を取り、米国のミヨコス・キッチン(現在の社名は Miyoko's Creamery)(\*5)と共同事業を行うこととなった(\*6)。またネスレは乳製品代替品の分野において今後とも商品構成を拡充して

いくことを発表している(\*7)。

- 5) <https://miyokos.com/>  
 6) <https://forbesjapan.com/articles/detail/23634/1/1/1>  
 7) <https://www.nestle.com/randd/news/all-news/expanding-portfolio-vegan-plant-based-lactose-free-dairy-alternatives>

### ● ラクタリス

フランスのラクタリス社は、2018 年、米国のアイスランドスタイルヨーグルトメーカーの Siggis's 社を買収し(\*8)、現在はココナッツをブレンドした植物ベースのヨーグルトを 5 種類のフレーバーで展開している(\*9)。

- 8) <https://www.reuters.com/article/us-siggis-m-a-lactalis/lactalis-expands-in-low-sugar-yogurt-with-siggis-deal-idUKKBN1EU0JD>  
 9) <https://siggis.com/categories/plant-based>

### ● ダノン

フランスのダノン社は 2016 年、同社の 2020 年に向けた事業計画(DANONE 2020)の一環として、米国の乳製品代替品メーカーの White Wave Foods 社を買収し、植物由来乳代替品の市場に進出した。この買収により、エンドウ豆など、植物由来のたんぱく質ではトップメーカーの Vega 社(\*9)も同時に入手し、アーモンドミルク市場で最も売れている Silk ブランド、更にオート麦ミルクのトップブランドの Alpro を手に入れたことにより米国ダノンの売り上げは飛躍的に伸びた(\*10)。

- 10) <https://myvega.com/>

- 11) [https://www.danone.com/content/dam/danone-corp/danone-com/investors/en-investor-conferences/2016/danone-to-acquire-whitewave/Presentation\\_Danone\\_WhiteWave.pdf](https://www.danone.com/content/dam/danone-corp/danone-com/investors/en-investor-conferences/2016/danone-to-acquire-whitewave/Presentation_Danone_WhiteWave.pdf)

### ● アーラ・フーズ

デンマークのアーラ・フーズ社の植物ベース乳代替品市場への参入は前述の各社と比べると遅く 2020 年からである。同社は昨年 3 月植物ベース製品の新しいブランド、JÖRD を導入し、オート麦、大麦ミックス、有機栽培の麻ブレンドの 3 種類のオート麦飲料を英国、デンマーク、スウェーデンで発売することを発表した(\*12)。

- 12) <https://www.arla.com/company/news-and-press/2020/pressrelease/arla-introduces-new-brand-and-plant-based-products/>

### ● 伊利

中国大手メーカーの伊利社は、2019 年 8 月、ニュージーランド 2 番手のウエストランド社を買収し話題になった(\*13)。同社の植物性乳代替品市場への取り組みは 2017 年にスタートしたと発表されている(\*14)。その後 2019 年 6 月、フランスの大手食品添加物メーカーのロケット社と植物由来原料の供給に関し契約をしている(\*15)。

中国のウェブマーケティングサービス、MarketingToChina によると、植物ベースの飲料セクターは急速に成長しており、2020 年には 2583 億元に増加し、中国の飲料市場の 24.2% を占めると予想されている。また Euromonitor のデータによると、中国では植物

ベースの飲料として、豆乳が最も売れており、中国市場における豆乳製品は、2014 年から 2018 年まで 9.3% 伸びたと報告している。近年、中国の消費者の間で植物ベース飲料の認知度が高まっており、大豆乳の他に、アーモンドミルク、ピーナッツミルク、ココナッツミルク、クルミミルクの需要が高まっているようだ(\*16)。

日本豆乳協会が発表した資料によると、中国の豆乳消費量は 2013 年から 2019 年にかけて約 36% 増加している(\*17)。選択肢が広がったことで植物由来製品の拡大が見込まれる。また Jミルクが発表している世界の国民 1 人当たりの牛乳消費量も 2018 年から 2019 年にかけて約 4% 伸びている。植物由来の乳代替品市場が伸びている中、中国では牛乳乳製品の市場も好調なようである(表 2)。

表 2: 各国の国民 1 人当たり牛乳、豆乳の年間消費量

	2018年 牛乳消費量(Kg)	前年対比 (%)	2019年豆乳消費量(L)	2013年対比 (%)
日本	30.9	100.0	3.6	135.0
韓国	33.0	100.0	4.3	98.7
ベルギー	45.3	96.6	2.7	115.4
中国	21.4	103.9	1.1	136.1
オーストラリア	101.8	98.4	3.3	106.4
カナダ	67.8	99.3	1.8	79.3
スペイン	78.9	100.3	1.9	49.6
フランス	45.3	95.4	0.9	142.2
ドイツ	51.4	96.8	1.0	123.8
米国	65.3	97.3	0.6	53.0
ブラジル	39.3	97.3	0.1	38.9

出典：日本豆乳協会、Jミルクの資料を元にJミルク作成

- 13) <https://www.nzherald.co.nz/nz/yili-says-westland-milk-purchase-a-step-towards-a-dairy-silk-road/B2AANAENZCPFJPZSGLW5YE4EGX4/> (中国伊利社が NZ のウエストランド社を買収)
- 14) <https://www.facebook.com/coffeeteaimag/posts/yili-groups-sub-brand-plant-selected-recently-updated-its-brand-image-and-product/2929899507021888/> (中国伊利社の植物性乳代替品について)

のコメント。フェイスブック)

- 15) <https://www.roquette.com/media-center/press-center/20191106-roquette-and-yili-sign-a-strategic-cooperation-agreement>
- 16) <https://www.marketingtochina.com/plant-based-milks-are-hugely-popular-in-china/>
- 17) <https://www.tounyu.jp/database/international.html>

### おわりに

2020年8月、味香り戦略研究所は、植物性乳代替品は乳製品の代用など多岐にわたり、もはや特別なものではなくなっているとし、同社の持つ味覚データや食感分析値から、植物性代替食品の特徴を動物性食品との比較で検証し結果を公表した。現在小売店では牛乳の隣に豆乳が陳列され、カフェチェーン店でも豆乳を使用するソイラテは定番化した。また、数年前に第3のミルクとして注目を集めたアーモンドミルクも今では売場に定着し、最近ではオート麦ミルクなどの新たな植物性ミルクが注目されている。引き続き市場拡大が見込まれるこの分野の商品にはどのような特徴があるのか、またその特徴からみえる価値について、味や食感といった感覚的な視点から検証を行っている(\*18)。

同社のレポートのまとめとしては、植物性乳代替品は、先味のうまみの強さと後味のすっきりさが特徴であり、日々の食習慣に取り入れやすい商品だと考えられ、継続飲用に適しているとし、また味わいの多様性が商品選択の幅を広げるが、特徴をどう価値化するかがポイントであるとまとめている。

今回海外の大手乳業メーカー5社についての動向を調べた印象として、酪農乳業メーカ

ーと植物性乳代替品メーカーが単に競合するのではなく、合併等のプロセスを経た後には両社のシナジー効果が表れているように感じる。

日本でも広がりつつある植物性乳代替品の市場だが、日本市場の将来はどうなるのだろうか。今回紹介した世界の状況から考えると植物性乳代替品へのシフトは今後も続くだろう。世界的に見ると日本人の食生活では温室効果ガス排出量でみた環境負荷の少ない食事が実践されているという指摘があるものの、牛乳乳製品は食生活指針が目安とする摂取量を摂取できていないのが我が国の現状だ(\*19)。豊かで持続可能な食生活を可能にするためには美味しさと栄養バランスは重要であり、加えて地産地消など様々な観点から消費者が選択できるような品揃えが必要になるだろう。しかし、その一方で、植物性乳代替食品は、牛乳乳製品と徐々に競合を強めていく可能性もあり、今後の動向に注目しておく必要がある。

- 18) <http://www.mikaku.jp/news/press20200821.html>
- 19) [https://eatforum.org/content/uploads/2020/07/Diets-for-a-Better-Future\\_G20\\_National-Dietary-Guidelines.pdf](https://eatforum.org/content/uploads/2020/07/Diets-for-a-Better-Future_G20_National-Dietary-Guidelines.pdf)

(資料閲覧時期:2021年1月)

(Jミルク 国際グループ 御手洗 伸)