

2021 年上半期の中国乳製品市場

米国農務省 GAIN レポートより

米国農務省(USDA)の海外農務局(FAS)が GAIN(国際農業情報ネットワーク)データベースの情報を元に 2021 年 5 月に発表した報告(*1)によると、原料乳価格の高騰と大手生産者による継続的な投資の恩恵を受け、中国の液状乳生産量は 2021 年に 3460 万トンに達すると予測されている。また、乳製品および乳原料の輸入は、国内の供給量が限られていることから、食品加工部門の強い需要に牽引されて増加することが予測されている。報告では、液状乳のほか、全粉乳(WMP)、脱脂粉乳(SMP)、バター、ホエイパウダーなどについて、中国の 2021 年の生産量と輸入量を中国国内の状況を踏まえて独自に予測し、それ以前の USDA の公式の予測と対比している。米国は、2021 年には SMP、チーズ、ホエイパウダーなどの輸入乳原料に対する中国の強い需要の恩恵を受ける可能性があるとしている。本稿では中国国内の生乳生産量、乳製品の需要見通し、今後の貿易の見通し等について、米国 GAIN レポートの情報から一部紹介するとともに、近年中国で注目されつつある A2 ミルクの状況についても触れる。2008 年に起こったメラミンスキャンダルから 10 年以上を経て、中国の乳製品市場は大きく変化してきたようだ。

液状乳の市場動向

2021 年の飲用牛乳などの液状乳の生産量は、3460 万トンに達すると予測されている(USDA の公式の予測は 3450 万トン)。中国の酪農生産者は施設の規模を拡大することで、消費者の強い需要に応えてきたが、乳牛の飼養管理や、乳牛の遺伝的な改良について学ぶことにより、家畜の疾病等に一層対処する必要がある。2021 年の液状乳の輸入量は、前年比 15% 増の 120 万トンになることが予測されている(USDA の公式の予測は 98 万トン)。UHT 牛乳は、依然として輸入液状乳の主力を担っているが、消費者の低温殺菌牛乳への需要が高まるにつれ、チルド流通が可能な液状乳の輸入が増加すると予想している。

全粉乳および脱脂粉乳

2021 年には、国内の WMP の生産量は 4% 減少し、95 万トンになることが予測されており(USDA の公式の予測は 120 万トン)、また食品加工用途として、殺菌乳の利用が増えると

予測している。一方低価格の全粉乳の輸入も加工用途として 70 万トンに増加すると予測されている(USDA の公式の予測は 71.5 万トン)。

2021 年の国内の SMP の生産量は 10% 増加し、2 万 2000 トンになると予測される(USDA の公式の予測と同じ)。これはプロセスチーズの需要が高まっていることが要因である。また SMP の輸入量も、加工用途の低脂肪乳原料の需要増を背景に 7% 増加し、36.5 万トンになると予測している(USDA の公式の予測と同じ)。

バターおよびチーズ

2021 年の中国国内におけるバター生産量は、生産能力の限界と業界による処理規模拡大の制限により、1 万 1000 トンで横ばいになると予測されている(USDA の公式の予測は 11 万 1000 トン)。バターの輸入量は、ベーカリー製品と食品加工用途の需要が後押しすることにより、6% 増加し 13 万トンになると予測される(USDA の公式の予測は 14 万トン)。

2021年のチーズの生産量は、強い消費者需要と政府の支援プログラムにより、8万トンに成長すると予測される(USDAの公式の予測は30万トン)。中国のチーズ輸入量は、2021年に24%増加して16万トンになると予測される(USDAの公式の予測は13万トン)。これは国内で生産されるチーズ製品が、需要と消費者の求める製品の多様性に対応できていないことが大幅な輸入量の増加に繋がっているようだ。

高止まりする乳価

低温殺菌牛乳に対する消費者の強い需要、人件費と飼料コストの上昇、より少数の乳業会社への生産の集中が、乳価の上昇を招く要因になっている可能性がある。結果として、中国の高い乳価は、大規模生産者による生産と投資を奨励し続けている。2021年、中国最大の国内生乳生産者および加工業者のいくつかは、複数の新しい乳牛繁殖農場や大規模な酪農場の建設計画を発表しており、例えば内モンゴルの主要な乳業会社は、1万頭規模の乳牛を飼育する計画、また2000~1万2000頭の乳牛を収容する5つの施設を建設する計画を発表している。

液状乳生産の制約

中国において乳牛の家畜疾病は依然として問題である。口蹄疫、ブルセラ症、ランピースキン病、その他の病気は依然として蔓延しており、これら病気の問題は、中国の乳牛の生産性が、国際的に見て低い理由の1つである。大規模な酪農施設が増加するにつれ、疾病の発生を軽減するための感染症対策の必要性も高まっている。

家畜の疾病を制御する取り組みは、中華人民共和国農業農村部(Ministry of Agriculture

and Rural Affairs, MARA)による2020年10月の「ランピースキン病の予防と制御に関する技術仕様書」である。さらに、中国海関総署(GACC)とMARAは、国際獣疫事務局(OIE)に報告のあるランピースキン病の存在する国からの牛の輸入制限を行った。

病気の蔓延を封じ込めるための望ましい飼育方法や手順を生産者に周知するためには、中国の酪農乳業界全体での教育と関与が必要である。複数の情報筋によると、中国は農場経営に必要な労働力の育成が遅れていることが、酪農産業の成長が制限される原因になっている。

中国国内消費の予測

液状乳の消費量は、海外から輸入された低温殺菌牛乳とヨーグルトの需要の伸びと比較すると、わずか1%しか増加しないと予測されていたが、実際には、市場に投入された新しい中国産低温殺菌品の消費の伸びにより、予想よりも消費量が増加するとしている。更に中国政府は、2021年~2025年の全国学校牛乳プログラムにこれらの製品を含めることにより、中国国内産の低温殺菌牛乳とヨーグルト製品への支援を強化している。これらの政策は、今後数年間で中国の液状乳の消費を拡大することを目的としている。

徐々にではあるが、中国の消費者は国産の乳製品に信頼を持ち始めているようだ。中国最大の乳業会社は、近代的な設備と食品安全基準の改善に多額の投資を行っており、小規模な製造業者は施行された新しい食品安全基準を順守できないため、市場から撤退せざるを得なくなるというのが一般の世論である。

消費者は低温殺菌品の消費を増やしており、電子商取引プラットフォームを介した小売からの購入は引き続き堅調である。特に賞味

期限延長品、A2 ミルク、および市場に新たに投入された低温殺菌品などは、中国の都市部で強い成長の可能性を示している。

将来の乳製品輸入量

消費者の強い需要により、牛乳の輸入量は15%増加すると予測されている。中国の輸入液状乳は、消費者と食品製造加工業者の継続的な需要に牽引され、USDAのFAS中国事務所では、その2021年の輸入量を120万トンと予測した。2021年の第1四半期には、液状乳の輸入量は前年を上回る31万8000トンに達した。この輸入量の増加は、強い消費者需要に国内供給が対応できていない状況によるものであるが、この高レベルの需要は年間を通じて続くと考えられており、2021年のUSDAの公式の予測よりも輸入量が増えるものと予測される。消費者は従来よりも保存期間の短い低温殺菌品の消費を増やす方向に向かっているようだ。従来の乳製品に対し、乳糖不耐症などの敏感な消費者向けに、消化が容易といわれるA2ミルクも人気を集めている。この傾向は、より高額な輸入品に新たな消費拡大の機会が生まれる可能性を示している。

2020年、新型コロナウイルス感染症の世界的流行による国内と海外の輸送が第1四半期に混乱したにもかかわらず、中国は100万トンの液状乳製品を輸入し、前年比17%という着実な成長を示した。EU、ニュージーランドおよびオーストラリアは、引き続き中国の最大のサプライヤーである。

2021年に中国は香港に対し、液状乳の輸出を3万トンに増やすことが予測されている。2021年、新型コロナウイルス感染症の世界的流行に関連する制限が緩和されるにつれて、香港の経済状況は改善することが予測されているため、香港は中国にとって液状乳の主要

な輸出先と考えられている。

2021年の見通し

最後に主要な乳原料であるWMP、また急激に消費量が伸びているチーズに関し、2021年の生産、需要、輸入量の見通しについてまとめる。

2021年は、牛乳に対する強い消費者の需要により乳価が上昇して、WMPの製造に利用できる乳量が減少し、WMPの製造量が減少することが予測されている。業界筋によると、中国のWMP加工業者の生産能力の余剰は、中国の生乳生産が輸入品と対等に競争できるようになるまで続く可能性が高いとしている。さらに、中国はWMP製造業者に対し新しい安全基準を発行し続けており、WMP製造を比較的少数の製造業者に集約させようとしている。反面WMPの消費量は、新型コロナウイルス感染症以前の状態まで回復することが予測されており、FAS中国事務所では、2021年のWMPの消費量は、2020年の推定レベルから回復すると予測している。

WMPは、さまざまな加工製品の製造における原料として使用されるが、中国の出生率が低下し続けてきたことから、乳児用調製粉乳でのWMP使用の需要は縮小している。一方、高齢者向け製品、ペットフード、栄養補助食品製品での使用量は、eコマース市場の段階的な拡大と可処分所得水準の上昇の恩恵を受け増加している。

2021年のチーズ生産量は、消費者の需要と政府の政策により増加している。業界関係者によると、中国には45の認定チーズ製造企業があり、そのうちの半分が稼働中である。チーズ製品を生産する施設は、伝統的なチーズ製品のみを製造するか、あるいはチーズ加工品を組み入れた乳製品加工業者である。プロ

セスチーズのみを製造する企業は 2021 年に事業を拡大した。2021 年 3 月、中国の大手チーズメーカーの 1 社は、12 億人民元(約 1 億 9000 万米ドル)の投資を行い、5 番目のチーズ生産工場の建設を上海で開始した。

現在中国で生産されるチーズの約 90%はプロセスチーズで、消費者はナチュラルチーズ製品よりもプロセスチーズ製品を好む傾向があるようだ。外食産業と小売部門の需要に拍車がかかり、チーズの消費量は今後も増加することが予測されている。消費者がレストラン、小売店、および電子商取引でのチーズ製品の購入を増やすにつれて、チーズの消費量は今後 20%以上増加すると予測されており、たとえば、モッツアレラチーズ製品を提供するピザレストランの人気の高まっており、小売および e コマース部門では、栄養価が高いと考えられる子供向けのスナック食品として、消費者がチーズ製品の購入を増やしている。また国内の大手チーズ生産者は、輸入チーズ製品と競合しているようだ。業界筋によると、消費者の購買力とチーズの取扱店が全国的に増加することにより、チーズの消費量は今後 5 年間で急速に増加するとしている。

これら消費者の需要を満たすため、チーズの輸入量は 16 万トンに達すると予測されている。輸入チーズの主要サプライヤーであるニュージーランドとオーストラリアは、どちらも中国と自由貿易(FTA)を締結しており、他の国よりも低い関税率でチーズ製品の中国への輸出が許されている。その中で 2020 年、デンマークが米国を抜いて中国へのチーズ製品の第 3 位の供給国になった。現在米国は、中国の輸入チーズ製品の第 4 位のサプライヤーである。

輸入市場の不確実性

USDA の報告に基づいて中国の乳製品市

場についてまとめたが、新型コロナウイルス関連の検疫と消毒により輸入手続きに時間が掛かることが指摘されている。

現在中国では、輸入された冷蔵製品の検査と消毒、およびこれらの製品の外装に関する複数の中央および地方政府の規制を発表しており、これらの措置により乳製品を含む冷蔵製品の輸入に市場の不確実性が加わっている。

業界筋によると、中国は、検査結果、検査方法、または陽性反応が疑われる製品に関するその他の詳細情報を公表していないため、小売業者と卸売業者は、面倒な書類要件と関連する追加コストを軽減するために、特定の冷蔵品の輸入を避けているようだ。中国市場に関する資料は多くはないが、USDA の報告書は多くの製品を網羅しており内容も充実している。

おわりに(Daigou 市場の崩壊と育児用調製粉乳の市場)

本稿の筆者が、以前、ニュージーランドのスーパーマーケットで買い物をしていて、店員から「Daigou?」と声を掛けられたことが数回あった。当初は何のことかわからなかったが、これは代行ビジネスのことだということが後日わかった。2008 年に起きたメラミンスキャンダル(*2)の後、オーストラリアとニュージーランドでは、中国国内乳製品が信頼できないことから本国からの依頼を受けた在留中国人が、育児用調製粉乳を大量に購入して転売したことにより、一時的に両国で品不足となり、大きな社会問題に発展した(*3)。また同様の事象はヨーロッパへも飛び火し、大きな問題になった(*4)。

後にはニュージーランドでも、一度に購入できる量に制限をかけるなどの措置が取られ

たが、筆者はオークランドの飛行場近郊のスーパーマーケットで、お金を支払うので自分の代わりに粉ミルクを購入して欲しいと頼まれたことも度々あった。その後中国政府の規制等もあり、旅行者が持ち帰ることのできる量に制限がかけられることとなった。

コロナ禍で個人的な旅行が大きく制限される中 CBEC (国境を越えた電子商取引、Cross Border E-Commerce) は、中国では重要な取引手段として近年大きく伸びている(*5)。a2 milk 社の 2020/21 シーズン上半期の業績を見ると、売り上げが 16%、EBITDA が 32% と、ともに前年を下回る結果となっており、その理由として旅行者や、転売を目的とした購入者の減少から派生した CBEC 経由の売り上げ減少の影響が挙げられている(*6)。一方、中国での育児用調製粉乳の売り上げは 45% 以上伸び、また液状乳の売り上げも前年比で 16% 以上伸びたとしており、これは本稿で紹介した内容に近い。新型コロナ禍の影響からいち早く立ち直る中国市場の動向には当面注視する必要があるだろう。

参考資料:

- 1) <https://www.fas.usda.gov/data/china-dairy-and-products-semi-annual-4> (USDA GAIN レポート、中国の乳製品市場)
- 2) <https://www.forbes.com/sites/yanzhonghuang/2014/07/16/the-2008-milk-scandal-revisited/?sh=616145234105> (中国ミルクスキャンダル再考)
- 3) <https://www.nzherald.co.nz/nz/china-sales-lead-to-nz-baby-milk-rationing/UZX2LHTUPIE3CC5PWBRBB4GH74/> (粉ミルクが品不足)
- 4) <http://j.people.com.cn/94476/8202732.html> (英国、粉ミルク購入制限)
- 5) <https://www.china-briefing.com/news/tapping-into-new-growth-opportunities-in-chinas-fb-market/> (中国の外食産業市場における新たな成長機会)

- 6) <https://thea2milkcompany.com/latest-company-news/1H21-interim> (a2 ミルク社の今期 6 か月決算)

(資料閲覧期間:3月7日~6月7日)

(Jミルク 国際グループ 御手洗 伸)