別添１－１

平成 28 年度畜産物輸出特別支援事業（27 補正予算）
牛乳乳製品輸出促進関連事業　マーケット調査①

# 牛乳・乳製品の市場調査
# 及び日本製乳製品に関する調査
# ～上海編～

最終報告書

2017 年 1 月 31 日

一般社団法人　日本乳業協会

# ＜　調査要綱　＞

## Ⅰ．調査目的

政府の「日本再興戦略」に基づき、農林水産物・食品輸出額を 2013 年の 5,505 億円から、2020 年１兆円、2030 年 5 兆円とする輸出拡大目標に向けて「日本畜産物輸出促進協議会」が設置され、その下部組織として「牛乳乳製品輸出準備分科会」が平成 26 年 11 月に設置された。

平成 27 年 1 月には、農林水産省より平成 26 年度補正予算として、「国内や輸出先の調査・検証」、「『和牛』の実施例を踏まえた「日本ブランド」訴求のロゴマーク作成・登録」、「輸出先国で共同利用施設の設置」等を対象に約 3 億円の予算がついたことを受け、平成 27 年 6 月に牛乳乳製品の調査に向けて、「牛乳乳製品輸出準備分科会」の検討委員会組織として「牛乳乳製品海外市場調査検討委員会」が設置された。

当調査においては、牛乳乳製品の輸出促進に向け、中国における市場規模等のマーケットデータ、輸入に関する手続きや規制、市場構造（サプライチェーン)、現地での流通状況、消費者の購買行動などを調査し、基礎的なマーケットデータとして提供することにより、牛乳乳製品の輸出拡大に寄与することを目的とする。

## Ⅱ．調査対象エリア

・　中国（上海）

## Ⅲ．調査対象カテゴリー

・　牛乳（チルド及び LL 牛乳）
・　発酵乳（ヨーグルト）
・　チーズ（ナチュラルチーズ、プロセスチーズ）
・　生クリーム
・　調製粉乳（乳幼児用粉ミルク）

## Ⅳ．調査項目

・　別紙目次参照

## Ⅴ．調査期間

・　2016 年 10 月～2017 年 1 月

## Ⅵ. 調査方法

- 既存資料の収集・分析・編集（現地・日本国内）
- 業界団体、所管官庁へのヒアリング
- 主要店舗おける観察調査
- 弊社専門研究員又は提携調査会社による直接面接調査、間接調査（電話、FAX 等）

# ≪目次≫

**【総合分析】**

1. 中華人民共和国における牛乳乳製品販売の現状…… 8

2. 国産ブランドと輸入ブランドの違い…… 10

(1) 販売価格動向…… 10

①牛乳…… 10

②発酵乳（ヨーグルト）…… 11

③チーズ…… 12

④生クリーム…… 13

⑤乳幼児用粉ミルク……

13

(2) 賞味期限…… 15

(3) 流通動向…… 16

3. 国産乳製品と輸入乳製品のイメージの違い…… 17

(1) メラミン事件後の国産牛乳ブランドのイメージ回復…… 17

(2) 依然として不信感が高い乳幼児用粉ミルクのイメージ…… 18

(3) 喫食(飲用)乳製品ブランドと購入時に重視する点から見るブランドイメージ… 19

(4) 日本ブランドに対するイメージ…… 21

**【調査 1】基礎データ調査**

1. 牛乳乳製品のマーケットデータ …… 24

(1) 牛乳（チルド及び LL 牛乳）

①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））… 24

② 1 人当たりの消費量推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））…… 25

(2) 発酵乳（ヨーグルト）

①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））… 26

② 1 人当たりの消費量推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））…… 27

(3) チーズ

①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））… 28

② 1 人当たりの消費量推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））…… 29

(4) 生クリーム

①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））… 30

② 1 人当たりの消費量推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））…… 31

(5) 乳幼児用粉ミルク

①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））… 32

② 1 人当たりの消費量推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））…… 33

(6) カテゴリー別市場構成比の推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））・・ 34
2. 牛乳乳製品の主要輸入先国の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35
（1）主要カテゴリー別輸入量推移（2011～2015 年）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35
①ミルク及びクリーム
（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものを除く。）・・・・・・ 35
②ミルク及びクリーム
（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものに限る。）・・・・・・ 38
③バターミルク、凝固したミルク及びクリーム、ヨーグルト、
ケフィアその他発酵させ又は酸性化したミルク及びクリーム・・・・・・・・・ 41
④チーズ及びカード・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43
⑤育児食用の調製品・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
3．販売に関する法規制及び商習慣・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
（1）国内販売に関する規制・手続き（免許制度等）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
①日本からの乳製品輸入規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
②輸入時の規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
③輸入検査申請、通関手続き・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 48
④乳製品検査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49
⑤乳製品の品質安全国家基準・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49
⑥中国における外資企業による生産規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49
（2）商習慣（営業・販促方法、プロモーション手法、等）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 50
①中国小売の商習慣・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 50
②中国 3 大乳業メーカーの広告宣伝費・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 53
③プロモーション手法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 54
4．牛乳・乳製品の輸入に関するラベル・表示等の規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 56
（1）ラベル表示に関する規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 56
①法律によって定められた表示事項・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 56
②中国語説明書・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
（2）添加物に関する規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 59
①中国における食品使用に関する食品添加物の規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 59
②乳製品に係る食品分類系統・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 59
③食品添加剤の使用規定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 60
④食品への食品添加物の表示・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 61
（3）その他牛乳・乳製品に関する規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 62
①乳幼児用に供給する主食・補助食品の表示について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 62
②乳幼児用粉ミルクのラベル表示の監督検査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 62
③乳幼児用粉ミルクの販促規制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 63

**【調査 2】流通・物流構造調査**

1. 物流実態…… 66
(1) 流通販売経路…… 66
①国産乳製品の流通フロー…… 66
②輸入乳製品の流通フロー…… 67
③通関と検疫のフロー…… 68
④中国の主な小売業態…… 69
⑤EC サイトの取引・費用…… 71
(2) 主要参入プレーヤーリスト…… 72
①上海で乳製品を扱う主な代理商…… 72
②上海の主な運送会社…… 76
③上海の主なチルド輸送運送会社…… 78
2. 調査対象カテゴリー商品の販売状況…… 80
(1) 主要販売店における商品取扱い状況…… 80
①APITA（金虹橋店）…… 80
②OLE（港匯店）…… 86
③Carrefour（江橋万達店）…… 94
④CITY SHOP（縉谷広場店）…… 102
⑤CenturyMart（中環百聯店）…… 107

**【調査 3】消費者動向調査**

1.消費者の食に関する嗜好…… 116
(1)生活スタイル…… 116
(2) 食生活の傾向、トレンドの変化…… 119
(3)乳製品に対する近年のトレンド…… 121

**【ヒアリング企業個表】**

■小売店
CenturyMart…… 124
上海高島屋…… 127
大潤発…… 130
METRO…… 133
LOTUS…… 137
■ディストリビューター
怡亜通…… 140
■その他
JETRO…… 145

# 【総合分析】

## １．中華人民共和国における牛乳乳製品販売の現状

| カテゴリー | 概況 |
|---|---|
| 牛乳 | ✓ 冷蔵庫の普及や食の欧米化が進み、乳製品の安全な保存が可能になった事や、牛乳は健康に良いという認識が高まったことで市場は拡大。<br>✓ 身体を冷やす飲み物を嫌う国民性から、常温の LL 牛乳が消費の中心であり、LL 牛乳とチルド牛乳の市場占有率は８：２程度。<br>✓ 近年はチルド牛乳の販売も増えている。海外からの LL 牛乳の輸入も増えていることで、国内乳業メーカーは輸入牛乳が参入しにくいチルド牛乳の生産にも注力しつつある。また、メラミン事件を契機に、賞味期間が短く高価なものの方がより安全・安心という意識を持つようになったことが需要を後押ししている。<br>✓ 低脂肪牛乳や無脂肪牛乳やオーガニック牛乳、乳糖不耐症の人でも飲めるような乳糖をカットした商品、カルシウムを強化した商品など、消費者ニーズに合わせた商品も多く販売されている。<br>✓ 牛乳市場は乳製品カテゴリーの中でもマーケットが大きく、毎日の飲用習慣が出来上がっていることでロイヤルユーザーも多い。 |
| ヨーグルト | ✓ 中国では小分けの容器をストローで飲むドリンクタイプの商品が主流で水分摂取やおやつとして飲まれるケースが多かったが、固形タイプの商品も増え、朝食などでも食べられるようになるなど、より多くの場面で消費されるようになっている。<br>✓ 健康志向が要因の１つと考えられ、輸入商品においても様々なフレーバーの商品が販売されるようになっている。<br>✓ 健康志向に応えるための、機能を訴求したタイプの商品も一部で発売されている。<br>✓ 日持ちの良さや、チルドヨーグルト並みの味や栄養を表現できるようになったことで、常温ヨーグルトが人気となっている。<br>✓ 中国人は甘いものを好むため、加糖タイプやフレーバータイプのヨーグルトが数多く販売されているが、近年はプレーンタイプの商品も人気となってきている。 |

| カテゴリー | 概況 |
| --- | --- |
| チーズ | ✓ 食の欧米化が進展し、朝食などでパンを食べる人も増えてきていることから、それに伴い消費量は増加傾向。<br>✓ チーズの流通に関しては、その大部分が海外ブランドとなっている。<br>✓ ナチュラルチーズよりもプロセスチーズの需要が高く、スライスチーズや、子どもの間食用のキャンディチーズが人気となっている。<br>✓ チーズを品揃えしているのは、外資系のスーパーや百貨店などが主であり、中・高級価格帯のスーパーではナチュラルチーズの売り場が通常のチーズ売場とは別に設けられているケースも見られるものの、中華系スーパーの小規模店舗ではチーズの取り扱いがないことも多い。<br>✓ 需要が拡大しているのは外食における消費であり、ピザやハンバーガーが人気となっている。ピザについては冷凍食品やスーパーの中食売場での販売なども増加傾向にある。 |
| 生クリーム | ✓ 生クリームのニーズが少なく市場は小さかったが、食の欧米化により徐々に市場が拡大傾向にある。<br>✓ 一部の富裕層を中心に自宅でお菓子を作る習慣も出てきているが、家庭内での使用は限定されている。<br>✓ 業務用においてはケーキなどでの利用が増えている。スーパーや百貨店のテナントとしても洋菓子売場が多く入っていることに加え、店舗を持たないオンラインのケーキデリバリーサービスも増えてきている。 |
| 乳幼児用粉ミルク | ✓ 母乳育児率の低下や子供には良いものを与えたいという親が多いことから、乳幼児用粉ミルクの消費量が増加傾向にある。<br>✓ メラミン混入事件以降、消費者の不信感が強まったことで輸入品志向が高まっており、国産品は減少。<br>✓ 欧米や日本など国外へ旅行した際の現地での大量購入や、国外の知人などに購入を依頼するなど、国外での購入の動きも増えている。<br>✓ 都市部を中心としたニーズの拡大や、一人っ子政策が緩和されたこともあり、さらなる市場拡大が見込まれる。 |

## ２．国産ブランドと輸入ブランドの違い

### （１）販売価格動向

#### ①牛乳

牛乳の販売価格は国産ブランドの 1L サイズで 15 元前後が主流となっており、海外ブランドの 20 元前後よりは安価あるが、光明「致優」のようなチルドのプレミアム牛乳は、海外ブランドの LL 牛乳よりも高額となっている。延世の「牧場牛奶」は輸入チルド牛乳の為、価格も 46 元と高額である。日本産ブランドについては、中国国内で製造を行っているものの、プレミアムのチルド牛乳であることから販売価格は高めである。

**■牛乳のブランド別販売価格**

**【国産ブランド】**

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 光明 | 致優 | 980ml | 28.90～36.50 |
| | 鮮牛奶 | 980ml | 13.20～16.00 |
| | 優倍王者帰来 | 500ml | 10.80～17.60 |
| 安怡 | 安怡純牛奶 | 1L | 15.50 |
| 致純 | 全脂牛奶 | 1L | 18.80 |

**【海外ブランド】**

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 延世（韓国） | 牧場牛奶 | 1L | 46.00 |
| Devondale（オーストラリア） | 徳運脱脂純牛奶 | 1L | 16.80～20.80 |
| Weidendorf（ドイツ） | 徳亜全脂純牛奶 | 1L | 12.80～23.50 |
| Emmi（スイス） | 愛美瑞士牛奶 | 250g | 8.50～9.50 |
| Globemilk（オランダ） | 荷高超高温滅菌部分脱脂牛奶 | 1L | 21.80～23.80 |

**【日本産ブランド（製造は中国国内）】**

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 朝日緑源 | 唯品無添加 | 950ml | 26.90～22.80 |
| | | 500ml | 13.50～16.90 |
| 明治 | 醇壱牛乳 | 950ml | 20.00～22.80 |
| | 醇壱低脂肪 | 450ml | 10.00～13.00 |

（出所：矢野経済研究所調べ）

### ②発酵乳（ヨーグルト）

発酵乳（ヨーグルト）の販売価格は、国産では100gサイズで1個当たり1元前後、500g帯で6～9元程度、飲むヨーグルトで15元前後となっている。これに対し、海外ブランドは小型容器帯の商品が主流で、100gサイズで1個当たり1.5元強、170g～180g帯で5～10元程度となっている。日本産ブランドについては、100gサイズで1個当たり5元前後、180gサイズで5元強、400gサイズで15元前後と、国産、輸入ブランドに比べやや高額となっている。

**■発酵乳（ヨーグルト）のブランド別販売価格**

**【国産ブランド】**

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 光明 | 暢優100g優酪乳発酵乳（原味） | 100g*16 | 23.00～23.50 |
| | 暢優風味発酵乳（原味） | 280ｇ | 7.50 |
| | 暢優風味発酵乳（海塩味） | 280g | 6.80～7.50 |
| | 原味風味発酵乳 | 980g | 13.90～18.50 |
| 伊利 | 原味杯装酸奶 | 100g*8 | 7.80 |
| | 紅棗風味発酵乳 | 100g*16 | 26.80 |
| | 紅棗桶装酸奶 | 450g | 6.20 |
| | 暢軽原味風味発酵乳 | 250g | 7.50 |
| 蒙牛 | 蒙牛草莓酸奶 | 100g*8 | 12.40 |
| | 蒙牛紅棗十六連杯 | 100g*16 | 21.60 |
| | 蒙牛酸奶桑椹+椰果 | 260g | 5.00～6.50 |
| | 蒙牛冠益乳黄桃果粒 | 450g | 8.80 |
| | 蒙牛屋頂包紅棗酸奶 | 950g | 14.90 |

**【海外ブランド】**

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| DANONE（フランス） | 碧悠風味発酵乳原味 | 100g*8 | 13.20 |
| | 碧悠風味発酵乳原味 | 100g*16 | 23.10～30.50 |
| | 碧悠醇品時刻草莓果粒発酵乳 | 125g*4 | 18.80～18.90 |
| | 碧悠混合莓果果粒果吸 | 115g | 16.90 |
| Yoplait（フランス） | 優糸草莓果粒風味発酵乳 | 135g*3 | 17.50～22.00 |
| | 珍珠奶吸藍莓果粒風味酸乳 | 170g | 8.50～8.80 |
| | 珍珠奶吸藍莓果粒風味酸乳 | 170g*3 | 18.80～26.50 |
| 味全（台湾） | 優酪乳風味発酵乳（草莓） | 180g | 4.90～5.40 |
| | 鳳梨麦香優酪乳四連杯 | 180g*4 | 16.90～19.60 |
| | 優酪乳風味発酵乳（原味） | 580g | 12.50～15.90 |

（出所：矢野経済研究所調べ）

【日本産ブランド（製造は中国国内）】

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 明治 | 明治保加利亜式酸奶原味 | 100g*4 | 12.80～21.80 |
| | 明治保加利亜式純味不甜 | 180g | 6.80～7.10 |
| | 明治保加利亜式純味不甜 | 400g | 10.80～16.80 |
| | 優漾乳酸菌飲品 | 950ml | 14.60～18.00 |
| 九州乳業 | 九州新鮮杯原味発酵乳 | 180g | 5.80 |
| | 九州乳業屋頂酸奶 | 950ml | 23.80～26.90 |

（出所：矢野経済研究所調べ）

③チーズ

チーズの販売価格は、国産ブランドでは、光明が 200g で 20 元強となっているが、多美鮮は同容量で 2 倍近い価格の物もあるなど、ブランドや商品によっても大きな違いがある。

海外ブランドにおいても同様であり、同じ 250g 帯の商品を比較しても、WESTGOLD（ニュージーランド）の商品は 29 元程度で売られている一方、Président（フランス）の商品は 70 元前後と高額になっている。

■チーズのブランド別販売価格

【国産ブランド】

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 光明 | 乾酪馬蘇里拉味 | 200g | 20.60 |
| | 減脂肪再制乾酪 | 200g | 23.50 |
| 多美鮮 | 児童奶酪 | 100g | 27.90 |
| | 欧洲淡味奶酪 | 150g | 16.90 |
| | 瑞士大孔奶酪 | 200g | 41.80 |
| | 黄油(無塩) | 200g | 21.80 |
| | 切達奶酪片状 | 250g | 26.90 |

【海外ブランド】

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| Président（フランス） | 淡味黄油棒 | 100g | 17.20～18.90 |
| | 郷村奶酪 | 125g | 35.80～39.90 |
| | 三明治専用奶酪片 | 200g | 23.90～24.40 |
| | 安文達切糸奶酪 | 250g | 68.90～81.00 |
| MILKANA（フランス） | 成長奶酪原味 | 100g | 13.50～14.50 |
| | 棒棒奶酪（原味） | 120g | 21.20 |
| | 小三角奶酪 | 140g | 18.00 |
| | 成長奶酪原味 | 25g*4 | 11.60～18.50 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Crystal Farms（アメリカ） | 帕瑪森奶酪碎 | 170g | 42.00 |
| | 馬蘇里拉奶酪碎 | 220g | 42.00 |
| | 馬蘇里拉奶酪碎 | 226g | 41.00～41.60 |
| Kerrygold（アイルランド） | 柏林人原生乾酪 | 198g | 31.50 |
| | 軟質塗抹黄油 | 250g | 37.60 |
| WESTGOLD（ニュージーランド） | 含塩黄油 | 250g | 28.80～29.00 |

（出所：矢野経済研究所調べ）

**④生クリーム**

生クリームについては、国産ブランドはほとんど見られず、多美鮮のスプレータイプの生クリーム（250g）が 34.90 元で販売されていた。主流は海外ブランドで、Président の商品が多く店舗で並んでいる。販売価格は 200g で 25 元前後、1L で 55.9 元となっている。その他、Anchor と Pauls では 250g の商品が 30 元前後で販売されている。

**■生クリームのブランド別販売価格**

**【国産ブランド】**

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 多美鮮 | 噴射型稀奶油 | 250g | 34.90 |

**【海外ブランド】**

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| Président（フランス） | 超高温瞬時滅菌稀奶油 | 200g | 24.90～25.9 |
| | | 1L | 55.9 |
| Anchor（ニュージーランド） | 淡奶油 | 250g | 31.50 |
| | | 1L | 45.90 |
| Pauls（オーストラリア） | 原味稀奶油 | 250g | 28.40 |

（出所：矢野経済研究所調べ）

**⑤乳幼児用粉ミルク**

乳幼児用粉ミルクの販売価格については、国産ブランドでも大きく幅があり、400g サイズで 40 元前後の商品もあれば、136 元と高額な物もある。大容量（800～1,000g）においても 119 元の商品もあれば 325 元の商品もある。

海外ブランドは国産ブランドに比べ高価格帯の商品が多い。400g サイズでは安価なものでは約 100 元と国産の高価格帯に近い商品もあるが、高額な物は 200 元を超えるものもある。大容量サイズでは 200 元を超えるものが中心価格帯となっている。

■乳幼児用粉ミルクのブランド別販売価格

【国産ブランド】

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| 光明 | 全脂奶粉 | 400g | 35.80 |
| | 高鈣多維営養強化調製乳粉 | 800g | 119.00 |
| 伊利 | 金装嬰児配方奶粉 1 階段 | 400g | 62.80 |
| | 金装較大嬰児配方奶粉 1 階段 | 900g | 178.00 |
| 貝因美 | 愛+金装 2 階段 | 400g | 136.00 |
| | 較大嬰児配方奶粉 1 階段 | 908g | 236.0～249.0 |
| | 愛+緑愛 3 階段 | 1,000g | 325.00 |
| 金領冠 | 嬰児配方奶粉 1 階段 | 400g | 84.00 |
| | 呵護幼児配方奶粉 2 階段 | 900g | 228.00 |

【海外ブランド】

| ブランド | 商品名 | 容量 | 価格（元） |
|---|---|---|---|
| Wyeth（アメリカ） | 金装健児楽嬰児配方奶粉系列 2 階段 | 400g | 268.00 |
| | 鉑臻愛児楽配方奶粉系列 1 階段 | 800g | 308.00 |
| | 金装愛児楽嬰児配方奶粉 | 900g | 238.00 |
| Nestlé（スイス） | 能恩金装較大嬰児 1 階段 | 400g | 97.00 |
| | 全脂奶粉 | 450g | 39.00 |
| | 安骼高鈣高鉄奶粉 | 800g | 119.00 |
| | 能恩金装較大嬰児 1 階段 | 900g | 238.00 |
| MeadJohnson（アメリカ） | 藍臻嬰児配方奶粉系列 1 階段 | 400g | 199.00 |
| | 乳蛋白部分水解嬰児配方奶粉系列 1 階段 | 850g | 379.00 |
| | 港版安児宝嬰児配方奶粉系列 1 階段 | 900g | 248.00 |
| Aptamil（ドイツ） | 較大嬰児配方奶粉 | 800g | 218.00 |
| | 幼児配方奶粉 | 800g | 218.00 |
| Nutrilon（オランダ） | 較大嬰児配方奶粉 | 850g | 172.00 |
| | 嬰児配方奶粉 | 850g | 188.00 |
| Bellamy's（オーストラリア） | 有機較大嬰児配方奶粉 | 900g | 398.00 |
| | 有機幼児配方奶粉 | 900g | 398.00 |

（出所：矢野経済研究所調べ）

### （２）賞味期限

賞味期限については、全体的に輸入ブランドの方が長い傾向にある。常温牛乳では国産ブランドが 6 ヶ月の所、海外ブランドは最低でも 8 ヵ月となっている。チルド牛乳についても最長期間は 15 日と変わりないが最短は国産ブランドの 7 日に対し、海外ブランドは 10 日なっている。

ヨーグルトについては、海外ブランドの常温ヨーグルトでは最長で 10 ヵ月の商品もあり、国産ブランドよりも賞味期限が大幅に長いことが特徴である。

チーズについては、国産ブランドの賞味期限が 6～9 ヶ月に対し、海外ブランドでは 9～18 ヶ月と、長いものでは倍の長さになっている。

乳幼児用粉ミルクに関しては、賞味期限の短いものは国産ブランドの 18 ヶ月に対して海外ブランドは 12 か月と、国産ブランドより短い商品もあるが、賞味期限の長いものに関しては国産ブランドの 24 ヶ月に対して海外ブランドは 36 ヶ月となっている。

**■カテゴリー別の賞味期限**

| カテゴリー | 生産地 | 賞味期限 |
|---|---|---|
| 常温牛乳 | 国産ブランド | 6 ヶ月 |
| | 海外ブランド | 8～12 ヶ月 |
| チルド牛乳 | 国産ブランド | 7～15 日 |
| | 海外ブランド | 10～15 日 |
| ヨーグルト | 国産ブランド | 17 日～6 ヶ月 |
| | 海外ブランド | 17 日～10 ヶ月 |
| チーズ | 国産ブランド | 6～9 ヶ月 |
| | 海外ブランド | 9～18 ヶ月 |
| 乳幼児用粉ミルク | 国産ブランド | 18～24 ヶ月 |
| | 海外ブランド | 12～36 ヶ月 |

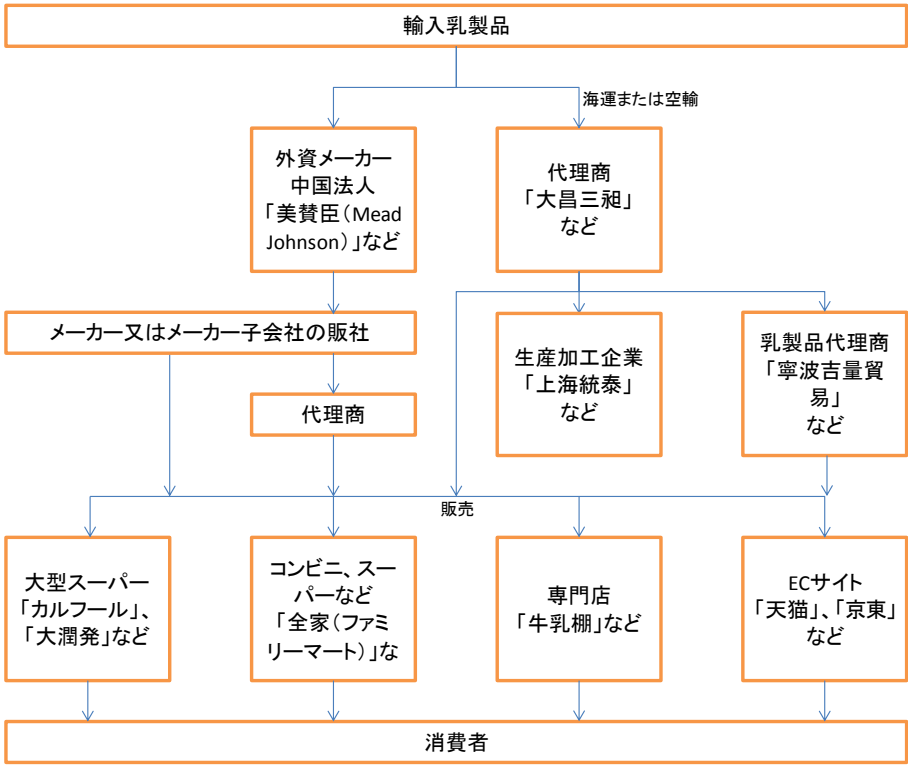
（出所：矢野経済研究所調べ）

### （３）流通動向

中国における乳製品の流通に関しては、国内での動きは国産ブランドと海外ブランドで大きな差はない。海外ブランドにおいては、一部の大手メーカーを除くと、商品の輸入において代理商を経由することが一般的となっており、新規で取引を始める際は、どの代理商と契約するかが重要となってくる。

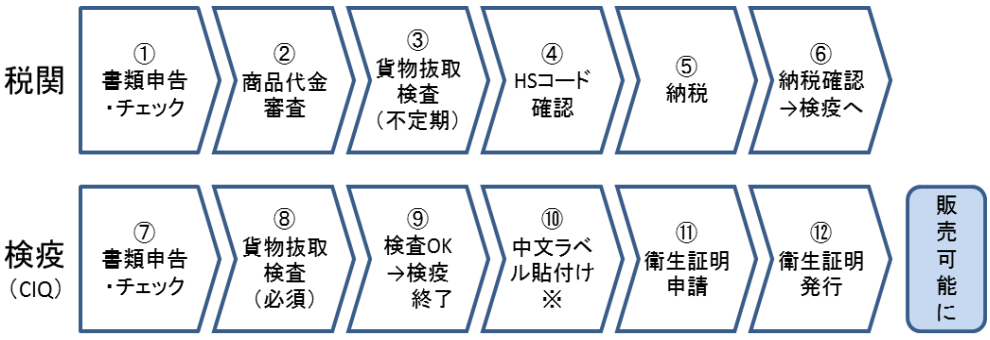
流通に関して国産ブランドと大きく違う点は出荷から店頭に並ぶまでの期間である。中国では通関を通るまでの期間が長く、２ヶ月近くかかると言われている。その為、乳製品に関しては賞味期限の短いチルド商品を中国へ輸入するのは難しく、そのほとんどが常温対応のできる賞味期限の長いものとなる。

**■輸入乳製品の流通フロー**




（出所：矢野経済研究所調べ）

**■輸入に際しての一般的な手続き**




（出所：ジェトロ資料より抜粋）

## ３.国産乳製品と輸入乳製品のイメージの違い

### （１）メラミン事件後の国産牛乳ブランドのイメージ回復

中国では 2008 年にメラミン混入乳幼児用粉ミルクが原因で乳幼児に腎不全が多数発生する事件が起きた。国家質量監督検験検疫総局によるその後の検査で、大手乳業メーカーの牛乳からもメラミンが検出された。もともと中国では自国の製品に対する不信感が根強くあったが、大手メーカー商品にもメラミンが混入していたことをきっかけに、中国の消費者は食品全般に対してより安心・安全を求めることとなった。

しかし、前述のメラミン事件から 8 年が経過した 2016 年 11 月に本調査で実施した消費者調査「14. 主に喫食（飲用）している乳製品ブランド」に関する設問の回答結果を見ると、下表の通りであった。

■主に喫食（飲用）している乳製品ブランド（N＝444）

| カテゴリ | ブランド名 | ブランド国籍 | 回答率（%） |
|---|---|---|---|
| 牛乳 | 光明乳業 | 中国 | 57.6 |
| | 蒙牛乳業 | 中国 | 48.7 |
| | 伊利集団 | 中国 | 44.6 |
| | 安佳（Anchor） | ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ | 19.2 |
| | 欧德堡(Oldenburger) | ドイツ | 16.8 |
| | 明治（meiji） | 日本（中国生産） | 13.7 |
| ﾖｰｸﾞﾙﾄ | 光明乳業 | 中国 | 47.2 |
| | 蒙牛乳業 | 中国 | 37.7 |
| | 伊利集団 | 中国 | 33.3 |
| | 味全 | 台湾 | 30.8 |
| | 達能（DANONE） | フランス | 22.5 |
| | 優諾(Yoplait) | フランス | 15.9 |
| チーズ | 光明乳業 | 中国 | 21.3 |
| | 百吉福(Milkana) | フランス | 20.5 |
| | 蒙牛乳業 | 中国 | 17.6 |
| | 伊利集団 | 中国 | 15.5 |
| | 総統(President) | フランス | 14.7 |
| | 安佳（Anchor） | ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ | 14.2 |
| 生クリーム | 雀巣(Nestle) | スイス | 14.5 |
| | 蒙牛乳業 | 中国 | 14.2 |
| | 伊利集団 | 中国 | 13.2 |
| | 光明乳業 | 中国 | 12.2 |
| | 安佳（Anchor） | ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ | 11.9 |
| | 総統(President) | フランス | 9.2 |
| 粉ミルク | 恵氏(Wyeth illuma) | アメリカ | 26.5 |
| | 雀巣(Nestle) | スイス | 17.3 |
| | 諾優能(Nutrilon) | オランダ | 14.8 |
| | 伊利集団 | 中国 | 14.3 |
| | 明治（meiji） | 日本 | 14.3 |
| | 愛他美(Aptamil) | ドイツ | 13.3 |

※本調査で実施した消費者調査より一部回答結果を抜粋　※回答は複数回答
※上海居住者

牛乳は主要国産ブランドの回答率が 50%前後であるのに対し、海外ブランドの回答率が 20%を下回る結果となった。ヨーグルトは牛乳と同様に、主要国産ブランドの回答率が 40%前後であるのに対し、台湾ブランドの味全が 30.8%で、海外ブランドの回答率ではダノンの 22.5%が最大であった。牛乳とヨーグルトについては、中国ブランドの回答率が比較的に高い傾向が確認できた。

これは、メラミン事件を重く見た政府が、2010 年に国家質量監督検験検疫総局の指示に基づいて生産許可証の再申請を命じ、一部企業に対する生産許可の取り消し処分を行うことで、消費者の牛乳やヨーグルトに対する不安が解消されつつあるもの見られる。

また、メラミン事件の目的は、搾乳業者が乳製品メーカーの納品する際の成分検査をクリアするために混入されていた。そこでメーカー側の対応として、同事件以前に販売していた機能性を謳う牛乳を、同事件直後は販売を中止するなどし、消費者から信頼回復に努めた結果でもあると見られる。

中国の小学校で支給される牛乳は、国産牛乳であり輸入品は採用されていない。イメージとしては国産品より輸入品の方が安心・安全と思うところであるが、牛乳に関しては、国産品に対して、品質に問題があるというイメージでもないものと思われる。

但し、基本的には海外ブランドに対する信頼は高いものと思われるものの、日常に使用する乳製品は価格面を重視する面も多く、高額な海外ブランドを飲用する消費者は一部の富裕層に留まっている事も推察される。

### （２）依然として不信感が高い乳幼児用粉ミルクのイメージ

乳幼児用粉ミルクに関しては、依然として不信感が高く、本調査の主に喫食（飲用）している乳製品ブランドの設問に対する回答結果でも海外ブランドの方で回答率が高い。また、本調査で視察した上海の大手ハイパーマーケットでは、海外ブランドの乳幼児用粉ミルクが多く占められ、現状で国産品の扱いが少ない。乳幼児用粉ミルクに関しては、生産者に対する不信感のみならず、流通過程での不正への対応も課題となっている。そこで、国家質量監督検験検疫総局（国家質検総局）は「乳幼児用粉ミルクの輸入管理の更なる強化に関する公告」に基づき、外国製乳幼児用粉ミルクの中国語表示を、中国に輸入される前に商品パッケージ缶に直接印刷しなければならず、中国国内で貼付することを禁止した。こうした規制強化で乳幼児用粉ミルクに対する中国消費者への不安を継続的に払しょくするよう努めている。

## （３）喫食（飲用）乳製品ブランドと購入時に重視する点から見るブランドイメージ

本調査で実施した消費者調査「12.乳製品を購入する際重視する点」に関する設問の回答結果を見ると、下表の通りであった。

■乳製品を購入する際重視する点（N＝444）

| 設問項目 | カテゴリ | 回答率(%) |
|---|---|---|
| 価格 | 牛乳 | 50.1 |
| | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | 32.3 |
| | チーズ | 28.9 |
| | 生クリーム | 24.8 |
| | 粉ミルク | 24.0 |
| メーカー | 牛乳 | 40.0 |
| | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | 41.3 |
| | チーズ | 31.1 |
| | 生クリーム | 28.1 |
| | 粉ミルク | 27.6 |
| ブランドイメージ | 牛乳 | 50.6 |
| | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | 46.2 |
| | チーズ | 40.3 |
| | 生クリーム | 35.0 |
| | 粉ミルク | 30.6 |
| 国産品か輸入品か | 牛乳 | 21.3 |
| | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | 20.5 |
| | チーズ | 27.4 |
| | 生クリーム | 27.7 |
| | 粉ミルク | 29.6 |
| 安全性 | 牛乳 | 56.8 |
| | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | 48.7 |
| | チーズ | 46.8 |
| | 生クリーム | 39.3 |
| | 粉ミルク | 53.1 |

※本調査で実施した消費者調査より一部設問を抜粋　※回答は複数回答　※上海居住者

牛乳の購入に際しては、安全性（回答率 56.8%）と価格面（回答率 50.1%）、ブランドイメージ（回答率 50.6%）を重視している。また、国産品か輸入品か（回答率 21.3%）は、乳製品 5 カテゴリーの中で最も低い結果であった。

また、前述の通り中国消費者の国産乳幼児用粉ミルクに対する不信感は依然と強く、安全性（回答率 53.1%）と回答する人が半数以上を占め、また、国産品か輸入品か（回答率 29.6%）と回答する人が、乳製品 5 カテゴリー中最も高い回答率であった。

中国消費者の国産ブランドと海外ブランドのイメージについて比較をすると、前述の通り全般的に海外ブランドに対して、安心・安全というイメージを抱いているが、実際には価格差など様々な要因で国産ブランドも多く選ばれている。乳製品 5 カテゴリーの、喫食（飲用）の目的や市場性状況（消費者の食習慣）などから、国産ブランドと海外ブランドのイメージについてまとめると、次下の表の通りになる。

■乳製品カテゴリ別国内および海外ブランドイメージ

| | |
|---|---|
| 牛乳 | 安全性を重視するが、価格も重視しており、国産品への信頼回復が見られ、海外ブランド牛乳より国内ブランド牛乳を飲用しているブランドとして回答率が高い。海外ブランドに対する強い信仰は確認されない。 |
| ヨーグルト | 購入する際重視する点として、設問項目「メーカー」において 5 カテゴリ中でヨーグルトが最も高い回答率（41.3%）であった。また、主に喫食（飲用）しているブランドとして中国 3 大メーカーが上位を占めていることから、国内ブランドに対するイメージが良く、消費者に支持されている。 |
| チーズ | フランスの百吉福（milkana）が、喫食（飲用）している回答率として 2 位に入り、その他は国内ブランドが上位を占めている。主に喫食（飲用）している乳製品ブランドとして、チーズに関しては牛乳やヨーグルトのように国産と海外のブランドで大きな差異が無いことから、海外ブランドも広く消費者に支持されていることがうかがえる。 |
| 生クリーム | 主に喫食（飲用）している乳製品の結果を見ると、国産と海外のブランドで差異は無く、何れも 10%強の回答率であった。生クリームはチーズと同様に、国産と海外のブランドで大きな差異が無いことから、海外ブランドも広く消費者に支持されていることがうかがえる。 |
| 乳幼児用粉ミルク | 大手ハイパーマーケットの品揃えや本調査の消費者調査の結果からも、消費者の国産ブランドに対する不信感の強さからくる海外ブランドへの信頼が強い。乳幼児には確実に安心できる食品を口にさせたいという大人の気持ちも働いていると見られる。 |

### （4）日本ブランドに対するイメージ

牛乳とヨーグルトの市場においては、現在日本のメーカーが現地生産により市場参入している。しかし、アサヒグループホールディングスが中国の牛乳事業を撤退するとし、物流などの問題で販路が思うように広がらず業績低迷が続いていたとも報道されている。

日本メーカーブランドの現地生産牛乳は、国産ブランドに比べて割高な傾向があり、販路が高級スーパーを中心にややアッパー層の消費者を対象とした小売に限られるなど制約もある。また、国産ブランドにおいても、レギュラー商品の他に、プレミアム商品（光明乳業の「致優」など）を展開しており、さらに、中国の3大乳業メーカーは、宣伝広告費に多くを投資しており、ブランディングにも注力していることから、当該市場における競争も激しい。

一方で、日本産乳製品に対するイメージは、本調査の消費者調査の結果、「おいしい」「品質が良い」「安全性が高い」というポジティブな項目で回答率が高かった。一方で、日本製品に対して「価格が高い」という回答は、4番目の「栄養価が高い」に続いて5番目に高い回答率であった。たとえ高品質であっても、高価格であれば中国の消費者は手を出しにくいという現実もあり、価格に見合う付加価値や機能性を明確に訴求していく必要がある。

例えば、ヤクルトのように、高価格ではあるが、乳酸菌シロタ株の効能を消費者に伝え、「健康」イメージを多くの消費者に浸透させることで市場開拓に成功している。既に、日本ブランドはイメージ面で国産ブランドよりも優位性がある。日本製品に対するイメージの優位性と、自社製品の優位性が両輪となって、消費者に訴求できるブランディングとなり、中国現地の消費者に浸透させることができる。

■日本産乳製品に対するイメージ

| 全体 | | 牛乳 | ヨーグルト | チーズ | 生クリーム | 粉ミルク |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 合計 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 |
| おいしい | 回答者数 | 220 | 152 | 124 | 95 | 101 |
| | % | 49.5% | 34.2% | 27.9% | 21.4% | 22.7% |
| おいしくない | 回答者数 | 14 | 31 | 15 | 15 | 10 |
| | % | 3.2% | 7.0% | 3.4% | 3.4% | 2.3% |
| 価格が安い | 回答者数 | 42 | 32 | 46 | 29 | 21 |
| | % | 9.5% | 7.2% | 10.4% | 6.5% | 4.7% |
| 価格が高い | 回答者数 | 99 | 85 | 75 | 70 | 71 |
| | % | 22.3% | 19.1% | 16.9% | 15.8% | 16.0% |
| 品質が良い | 回答者数 | 180 | 162 | 135 | 123 | 141 |
| | % | 40.5% | 36.5% | 30.4% | 27.7% | 31.8% |
| 品質が悪い | 回答者数 | 21 | 22 | 16 | 18 | 15 |
| | % | 4.7% | 5.0% | 3.6% | 4.1% | 3.4% |
| 栄養価が高い | 回答者数 | 130 | 121 | 124 | 99 | 95 |
| | % | 29.3% | 27.3% | 27.9% | 22.3% | 21.4% |
| 栄養価が低い | 回答者数 | 11 | 18 | 15 | 12 | 13 |
| | % | 2.5% | 4.1% | 3.4% | 2.7% | 2.9% |
| 安全性が高い | 回答者数 | 163 | 139 | 117 | 101 | 127 |
| | % | 36.7% | 31.3% | 26.4% | 22.7% | 28.6% |
| 安全性が低い | 回答者数 | 10 | 18 | 13 | 14 | 12 |
| | % | 2.3% | 4.1% | 2.9% | 3.2% | 2.7% |
| 身近に購入できる | 回答者数 | 49 | 44 | 42 | 25 | 32 |
| | % | 11.0% | 9.9% | 9.5% | 5.6% | 7.2% |
| 購入できる場所が少ない | 回答者数 | 38 | 45 | 38 | 50 | 34 |
| | % | 8.6% | 10.1% | 8.6% | 11.3% | 7.7% |
| 種類が豊富 | 回答者数 | 63 | 58 | 53 | 56 | 51 |
| | % | 14.2% | 13.1% | 11.9% | 12.6% | 11.5% |
| 国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある | 回答者数 | 43 | 43 | 36 | 32 | 36 |
| | % | 9.7% | 9.7% | 8.1% | 7.2% | 8.1% |
| その他 | 回答者数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | % | 0.5% | 0.5% | 0.5% | 0.5% | 0.5% |
| 特にイメージはない | 回答者数 | 64 | 76 | 110 | 129 | 134 |
| | % | 14.4% | 17.1% | 24.8% | 29.1% | 30.2% |

※本調査で実施した消費者調査より

# 【調査 1】基礎データ調査

## １．牛乳乳製品のマーケットデータ

### （１）牛乳（チルド及び LL 牛乳）

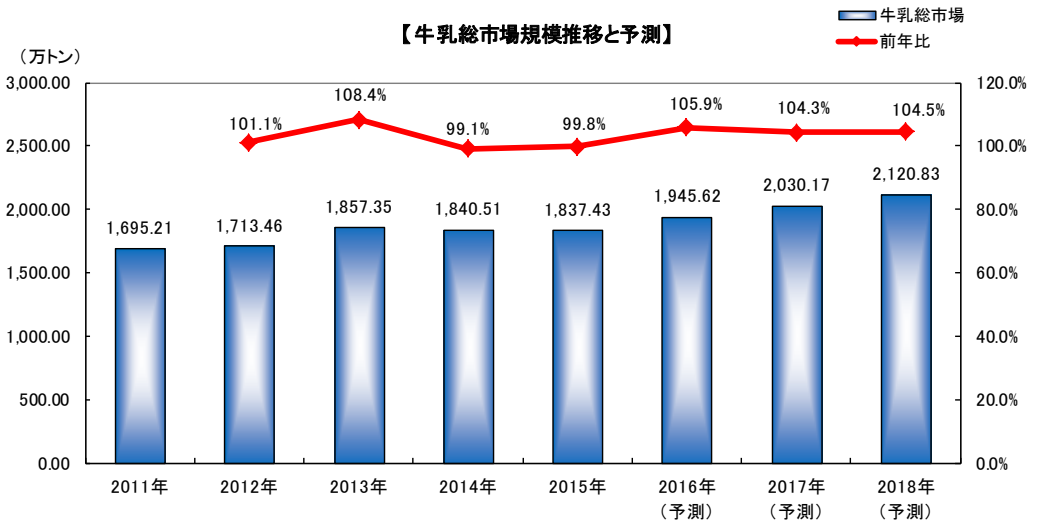
#### ①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））

牛乳の市場規模は、2015 年で前年比 99.8%の 1,837 万 4,300 トンと 2 年連続で微減での推移となるも、2016 年度に関しては同 105.9%の 1,945 万 6,200 トンと回復し、その後も年率 5%弱での成長が予測される。

国民の所得上昇に伴い、冷蔵庫の普及や食の欧米化が進み、乳製品の安全な保存が可能になった事や、牛乳は健康に良いという認識が高まったことで市場は拡大してきた。身体を冷やすことは万病の元であると考えられていたため、LL 牛乳とチルド牛乳の市場占有率は 8：2 程度とされている。しかしながら、近年はチルド牛乳の栄養面などが見直されていることもあり、チルド牛乳の販売も増えている。また、海外からの LL 牛乳の輸入も増えており、国内の乳業メーカーは輸入牛乳が参入しにくいチルド牛乳の生産にも注力しつつある。

当該市場は国内大手メーカーが（「光明乳業」「蒙牛乳業」「伊利集団」）がシェアを持っているが、近年では輸入牛乳も多く見られるようになっている。日本のメーカーにおいても、明治やアサヒ※などが中国国内で製造した商品を販売している。

※ アサヒビール（現アサヒグループホールディングス）が住友化学、伊藤忠商事と共同で設立した朝日緑源は、今冬中に現地乳業大手の新希望乳業に売却されることが 2016 年 12 月に発表されている。




（単位：万トン）

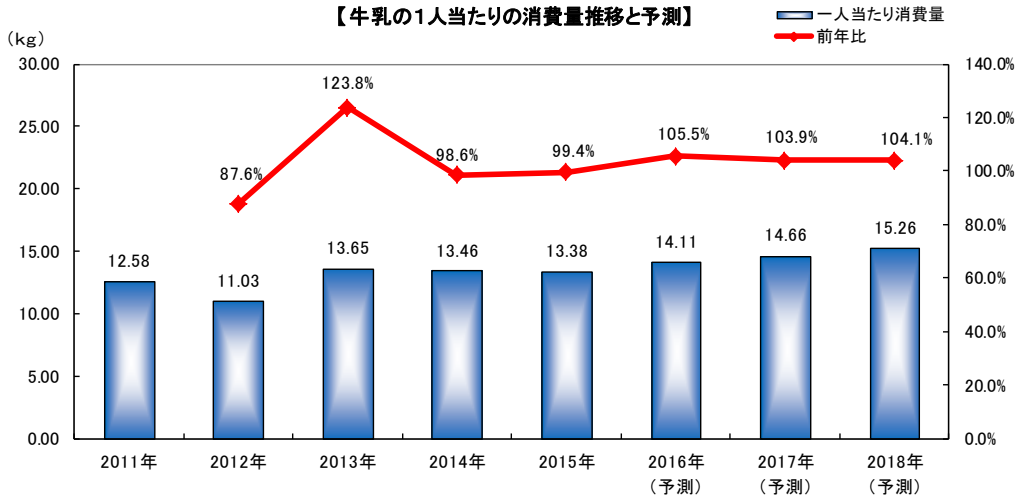
| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 牛乳総市場 | 1,695.21 | 1,713.46 | 1,857.35 | 1,840.51 | 1,837.43 | 1,945.62 | 2,030.17 | 2,120.83 |
| 前年比 | － | 101.1% | 108.4% | 99.1% | 99.8% | 105.9% | 104.3% | 104.5% |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）

### ② 1人当たりの消費量推移と予測（2011～2015年、2016～2018年（予測））

2015年の1人当たりの牛乳の消費量は13.38 kgと推計される。2016年度以降も年率4～5%で拡大していくことが予想され、2018年にはで2015年比114.1%の15.26 kgの消費が見込まれる。

牛乳市場は乳製品カテゴリーに中でもマーケットが大きく、毎日の飲用習慣が出来上がっていることでロイヤルユーザーも多い。さらに、健康志向が高まる中、牛乳の注目度も上がり、それに伴い1人当たりの飲用量も増加するものと予想される。




| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 牛乳総市場（万トン） | 1,695.21 | 1,713.46 | 1,857.35 | 1,840.51 | 1,837.43 | 1,945.62 | 2,030.17 | 2,120.83 |
| 前年比 | － | 101.1% | 108.4% | 99.1% | 99.8% | 105.9% | 104.3% | 104.5% |
| 一人当たり消費量（ｋｇ） | 12.58 | 11.03 | 13.65 | 13.46 | 13.38 | 14.11 | 14.66 | 15.26 |
| 前年比 | － | 87.6% | 123.8% | 98.6% | 99.4% | 105.5% | 103.9% | 104.1% |
| 人口（万人） | 134,735 | 155,404 | 136,072 | 136,782 | 137,349 | 137,898 | 138,450 | 138,994 |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）
（出所（人口）：IMF「World Economic Outlook Databases」）

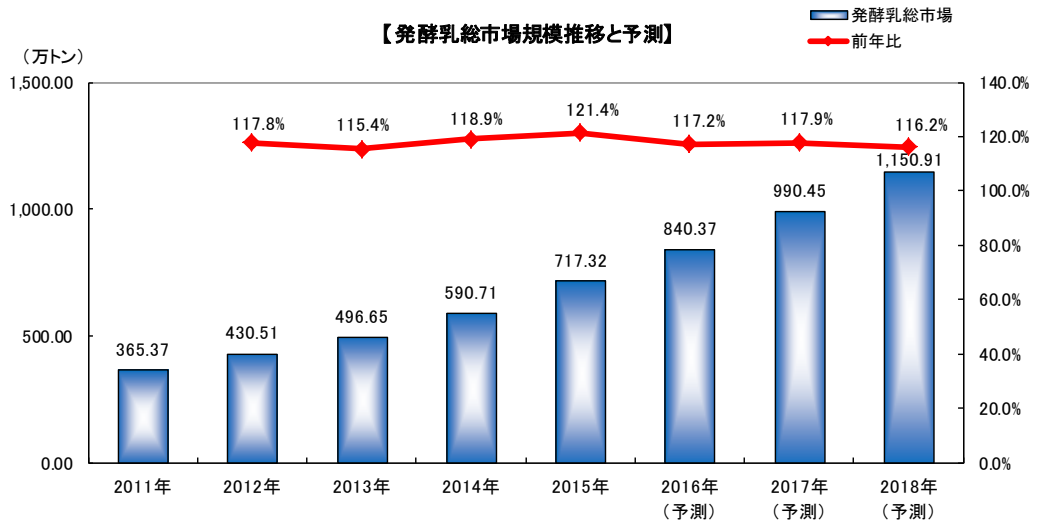
## （２）発酵乳（ヨーグルト）

### ①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））

2015 年の発酵乳（ヨーグルト）の市場規模は、前年比 121.4%の 717 万 3,200 トンと近年は 2 ケタ増での推移が続いている。

近年の増加傾向は、健康志向が要因の 1 つと考えられ、輸入商品においても様々なフレーバーの商品が販売されるようになっている。これまで中国では、ヨーグルトはドリンクタイプが主流で水分摂取やおやつとして飲まれるケースが多かったが、近年では固形タイプの商品も増え、朝食などでも食べられるようになるなど、より多くの場面で消費されるようになっていることから、市場の成長は加速している。

さらに、近年はメーカーの技術力が向上したことで、常温ヨーグルトにおいてもチルドヨーグルト並みの味や栄養を表現できるようになったことで常温ヨーグルトの需要が増加傾向にある。特に、2015 年の後半から大手国産メーカー各社が差別化を図るべく、伊利集団「安慕希」、光明乳業「莫斯利安」、蒙牛乳業「純甄」と、それぞれ常温ヨーグルトの宣伝に本腰を入れたおかげで、2016 年の常温ヨーグルト市場は急拡大している。




（単位：万トン）

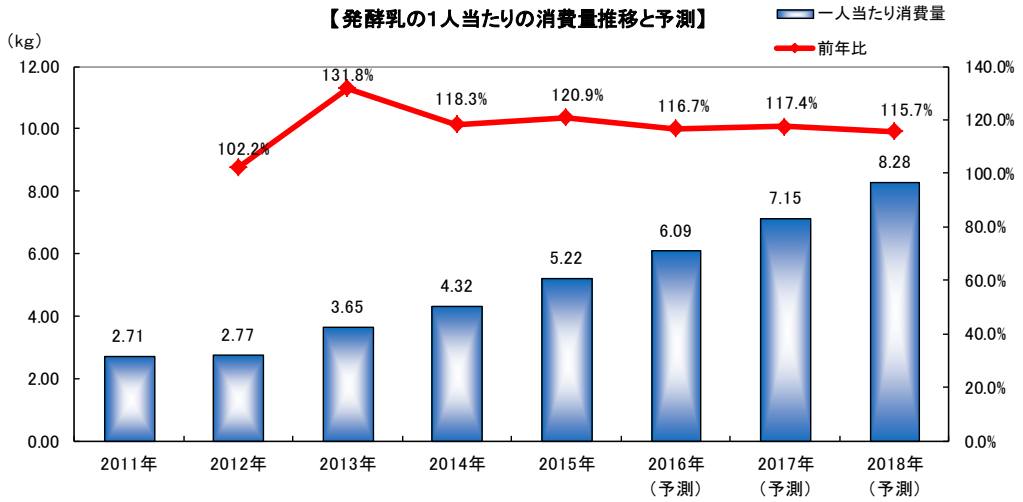
| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 発酵乳総市場 | 365.37 | 430.51 | 496.65 | 590.71 | 717.32 | 840.37 | 990.45 | 1,150.91 |
| 前年比 | － | 117.8% | 115.4% | 118.9% | 121.4% | 117.2% | 117.9% | 116.2% |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）

### ② 1人当たりの消費量推移と予測（2011～2015年、2016～2018年（予測））

発酵乳（ヨーグルト）の1人当たりの消費量は、2015年で前年比120.9%の5.22kgと推計される。

消費者の健康志向の高まりや喫食場面の増加から、今後も1人当たりの消費量も年々増加していくものと見られ、2018年には前年比115.7%、2015年比で158.6%の8.28kgの消費量まで拡大するものと予想される。




| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 発酵乳総市場（万トン） | 365.37 | 430.51 | 496.65 | 590.71 | 717.32 | 840.37 | 990.45 | 1,150.91 |
| 前年比 | － | 117.8% | 115.4% | 118.9% | 121.4% | 117.2% | 117.9% | 116.2% |
| 一人当たり消費量（kg） | 2.71 | 2.77 | 3.65 | 4.32 | 5.22 | 6.09 | 7.15 | 8.28 |
| 前年比 | － | 102.2% | 131.8% | 118.3% | 120.9% | 116.7% | 117.4% | 115.7% |
| 人口（万人） | 134,735 | 155,404 | 136,072 | 136,782 | 137,349 | 137,898 | 138,450 | 138,994 |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）
（出所（人口）：IMF「World Economic Outlook Databases」）

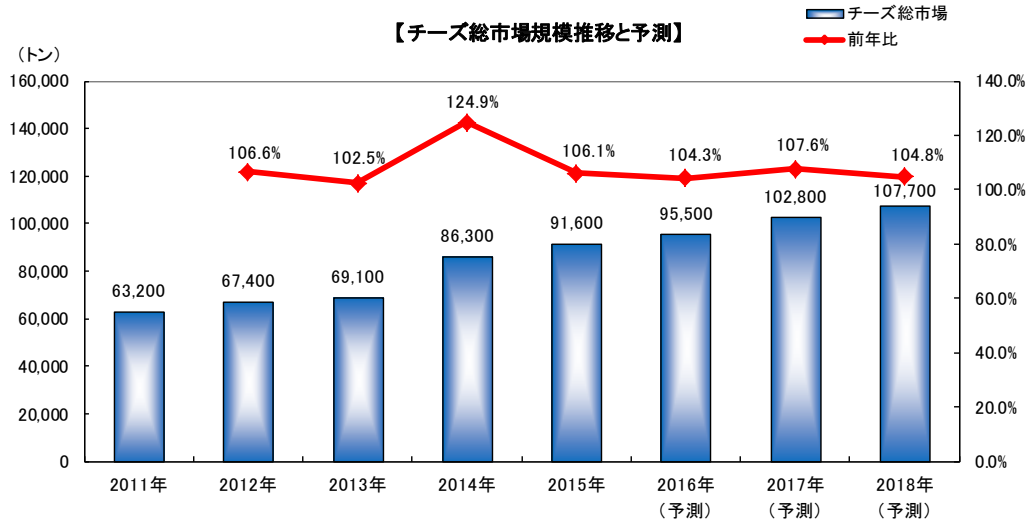
## （３）チーズ

### ①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））

チーズの市場規模は、2015 年で前年比 106.1%の 9 万 1,600 トンと推計される。中国ではもともとチーズを食べる習慣がほとんどなく、市場規模は牛乳やヨーグルトに比べ圧倒的に小さいものの、食の欧米化が進展し、朝食などでパンを食べる人も増えてきていることから、それに伴い消費量は増加傾向にある。

中国国内のチーズの流通に関しては、その大部分が海外ブランドとなっている。ニュージーランドや 2014 年 11 月に自由貿易協定（FTA）を締結したオーストラリアといったオセアニアからの輸入が最も多く、その他でも、フランス、イタリア、デンマーク、ドイツ、オランダといったヨーロッパからの輸入も増加傾向にある。

今後においても堅調に推移していくことが予想され、2018 年の市場規模は前年比 104.8%の 10 万 7,700 トンと市場は拡大傾向にあるものと見られる。




（単位：トン）

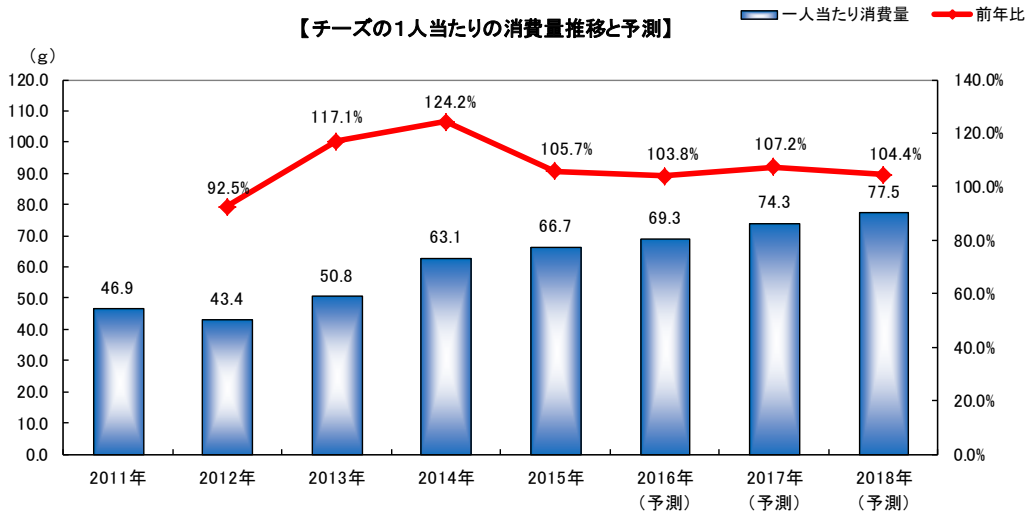
| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| チーズ総市場 | 63,200 | 67,400 | 69,100 | 86,300 | 91,600 | 95,500 | 102,800 | 107,700 |
| 前年比 | － | 106.6% | 102.5% | 124.9% | 106.1% | 104.3% | 107.6% | 104.8% |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）

### ② 1人当たりの消費量推移と予測（2011～2015年、2016～2018年（予測））

チーズの1人当たりの消費量は、2015年で前年比105.7%の66.7gとなっており、消費量は少ないものの着実に増加している。

今後も食の欧米化の進展に伴う消費拡大が期待されることから、1人当たりの消費量も年率で1桁台中～後半の増加が予想され、2018年の消費量は前年比104.4%、2015年比で116.2%となる77.5gとなるものと予想される。




| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| チーズ総市場（トン） | 63,200 | 67,400 | 69,100 | 86,300 | 91,600 | 95,500 | 102,800 | 107,700 |
| 前年比 | － | 106.6% | 102.5% | 124.9% | 106.1% | 104.3% | 107.6% | 104.8% |
| 一人当たり消費量（g） | 46.9 | 43.4 | 50.8 | 63.1 | 66.7 | 69.3 | 74.3 | 77.5 |
| 前年比 | － | 92.5% | 117.1% | 124.2% | 105.7% | 103.8% | 107.2% | 104.4% |
| 人口（万人） | 134,735 | 155,404 | 136,072 | 136,782 | 137,349 | 137,898 | 138,450 | 138,994 |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）
（出所（人口）：IMF「World Economic Outlook Databases」）

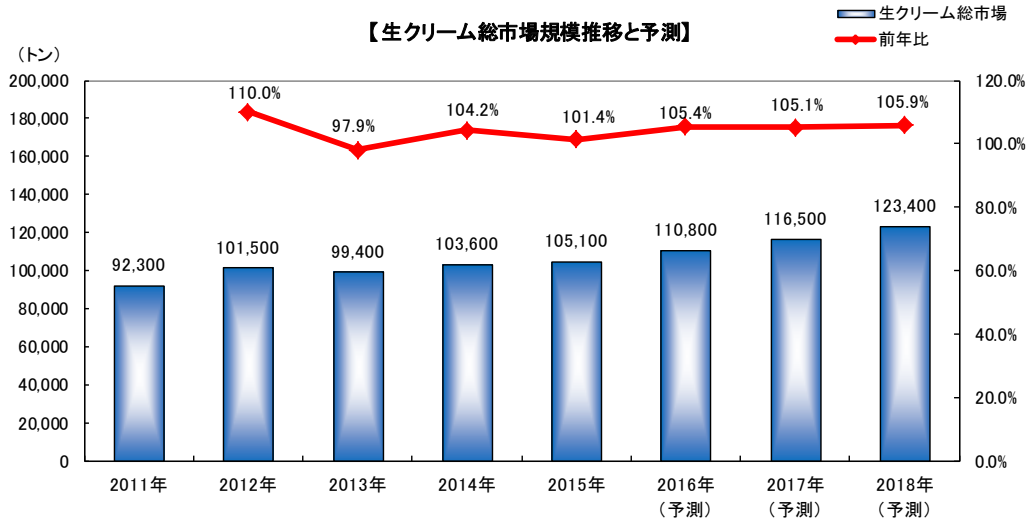
## （４）生クリーム

### ①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））

生クリームの市場規模は、2015 年で前年比 101.4%の 10 万 5,100 トンと伸長している。中国では生クリームのニーズが少なく市場は小さかったが、食の欧米化により徐々に市場が拡大傾向にある。

しかしながら、家庭内における生クリームの消費はまだ少ないものと見られ、消費の中心はケーキ屋などの製造小売店での利用が中心となっている。

今後も生クリームの消費は拡大してくことが見込まれ、2016 年が前年比 105.4%の 11 万 800 トン、2017 年が同 105.1%の 11 万 6,500 トン、2018 年が同 105.9%の 12 万 3,400 トンと年率 5%強で推移していく事が予想される。




（単位：トン）

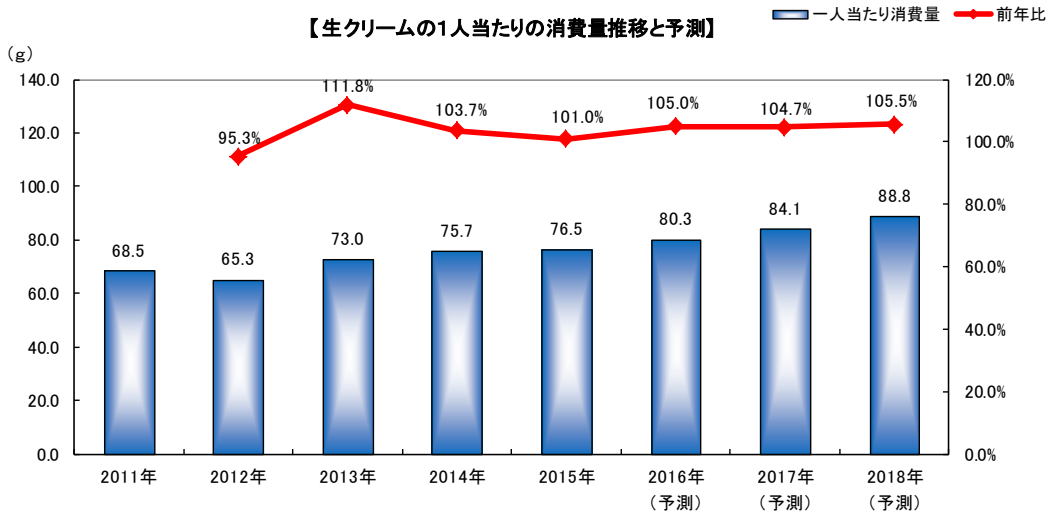
| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 生クリーム総市場 | 92,300 | 101,500 | 99,400 | 103,600 | 105,100 | 110,800 | 116,500 | 123,400 |
| 前年比 | － | 110.0% | 97.9% | 104.2% | 101.4% | 105.4% | 105.1% | 105.9% |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）

### ② 1人当たりの消費量推移と予測（2011～2015年、2016～2018年（予測））

生クリームの1人当たりの2015年の消費量は、前年比101.0%の76.5gと100gに満たないものとなっているが年々増加傾向にある。

今後も食の欧米化による生クリームの使用量は業務用チャネルを中心に増加することが予想され、2018年には前年比105.5%、2015年比で116.1%となる88.8gの消費が見込まれる。




| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 生クリーム総市場（トン） | 92,300 | 101,500 | 99,400 | 103,600 | 105,100 | 110,800 | 116,500 | 123,400 |
| 前年比 | ― | 110.0% | 97.9% | 104.2% | 101.4% | 105.4% | 105.1% | 105.9% |
| 一人当たり消費量（g） | 68.5 | 65.3 | 73.0 | 75.7 | 76.5 | 80.3 | 84.1 | 88.8 |
| 前年比 | ― | 95.3% | 111.8% | 103.7% | 101.0% | 105.0% | 104.7% | 105.5% |
| 人口（万人） | 134,735 | 155,404 | 136,072 | 136,782 | 137,349 | 137,898 | 138,450 | 138,994 |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）
（出所（人口）：IMF「World Economic Outlook Databases」）

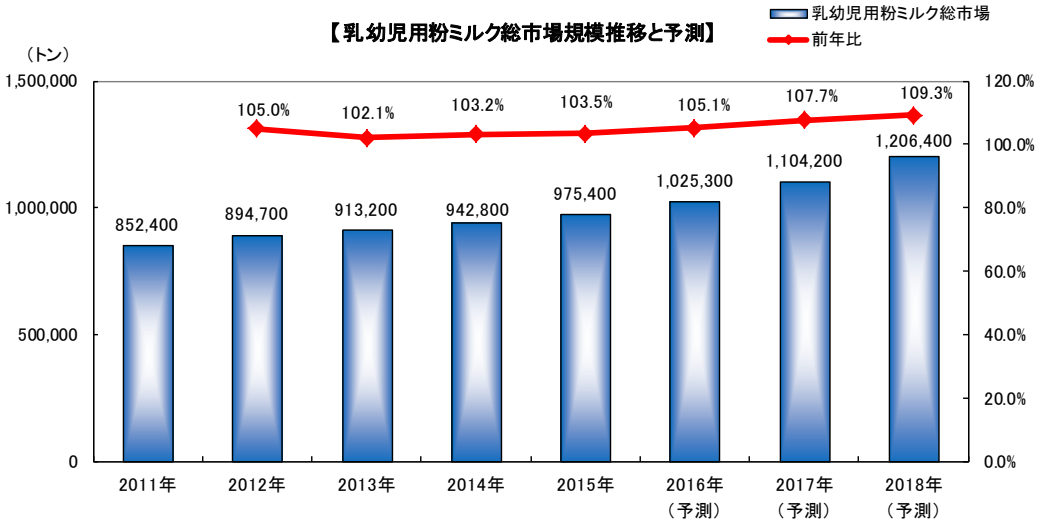
## （５）乳幼児用粉ミルク

### ①カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））

乳幼児用粉ミルクの市場規模は、2015 年で前年比 103.5%の 97 万 5,400 トンとなっており、母乳育児率の低下から、中国においては近年乳幼児用粉ミルクの消費量が増加傾向にある。

当該市場は 2008 年に発生したメラミン混入事件以降、消費者の不信感が強まったことで輸入品志向が高まっており、国産品が減少する一方で、オランダ産やアイルランド産、ニュージーランド産、フランス産など多くの国から輸入されている。また、欧米や日本など国外へ旅行した際の現地での大量購入や、国外の知人などに購入を依頼するなど、国外での購入の動きも増えている。

今後も、2014 年から一人っ子政策が緩和されたこともあり、さらなる市場拡大が見込まれており、2016 年には 100 万トンを突破し、2018 年の市場規模は前年比 109.3%の 120 万 6,400 トンと予想される。




（単位：トン）

| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 乳幼児用ミルク総市場 | 852,400 | 894,700 | 913,200 | 942,800 | 975,400 | 1,025,300 | 1,104,200 | 1,206,400 |
| 前年比 | － | 105.0% | 102.1% | 103.2% | 103.5% | 105.1% | 107.7% | 109.3% |

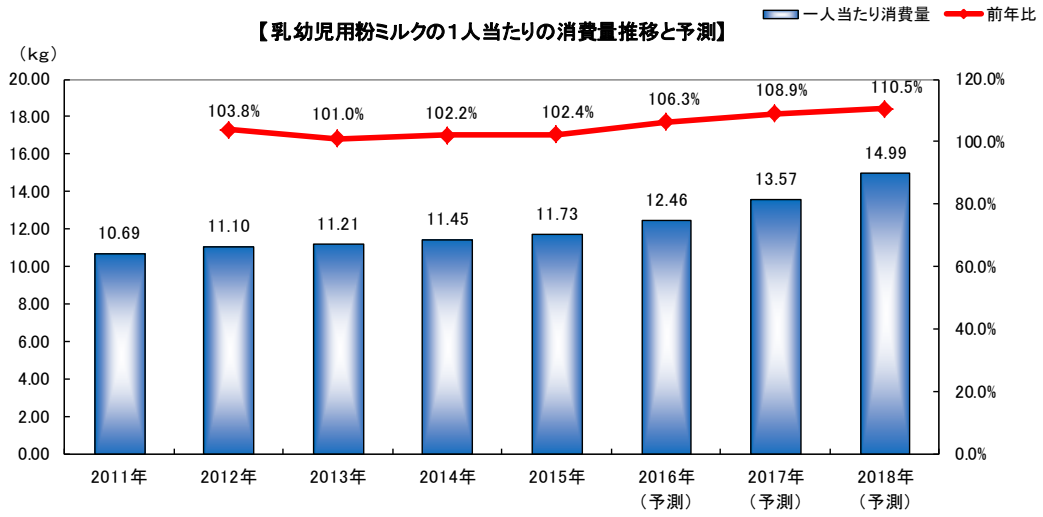
（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）

注：乳幼児用粉ミルク（フォローアップミルク含む）のみを対象とし、大人用粉ミルクは対象外とする。

### ② 1人当たりの消費量推移と予測（2011～2015年、2016～2018年（予測））

乳幼児用粉ミルクの1人当たり(0～4歳)の使用量は、2015年で前年比102.4%の11.73kgと推計される。

前述したように母乳育児率の低下や子供には良いものを与えたいという親が多いことから、今後も使用量は増加するものと見られ、2018年には前年比110.5%、2015年比で127.8%となる14.99kgの消費が予想される。




（単位：トン）

| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 乳幼児用粉ミルク総市場（トン） | 852,400 | 894,700 | 913,200 | 942,800 | 975,400 | 1,025,300 | 1,104,200 | 1,206,400 |
| 前年比 | － | 105.0% | 102.1% | 103.2% | 103.5% | 105.1% | 107.7% | 109.3% |
| 一人当たり消費量（ｋｇ） | 10.69 | 11.10 | 11.21 | 11.45 | 11.73 | 12.46 | 13.57 | 14.99 |
| 前年比 | － | 103.8% | 101.0% | 102.2% | 102.4% | 106.3% | 108.9% | 110.5% |
| 0～4歳人口（千人） | 79,715 | 80,583 | 81,450 | 82,318 | 83,186 | 82,276 | 81,365 | 80,455 |

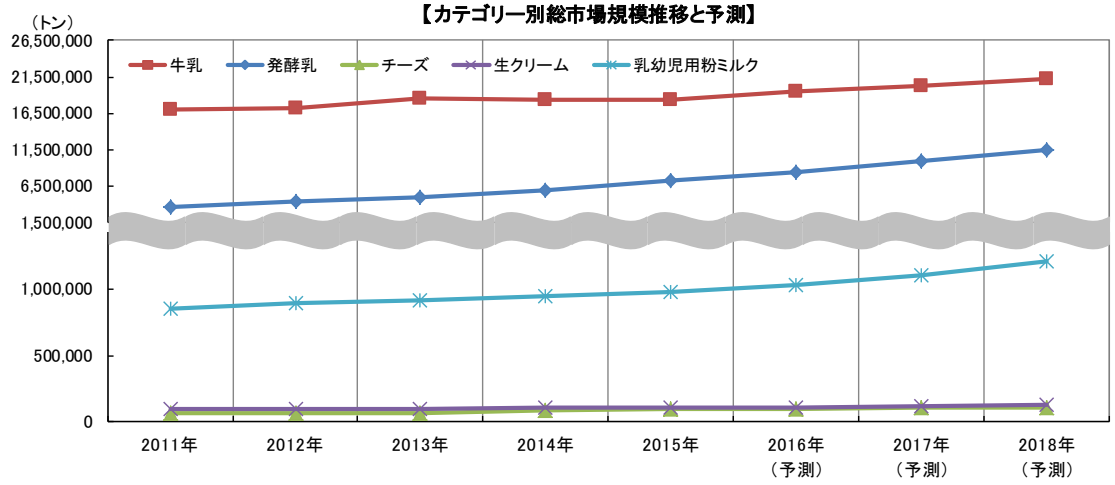
（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）
（出所（人口）：国連「World Population Prospects」の0-4歳人口を基に矢野経済研究所推計）

注：乳幼児用粉ミルク（フォローアップミルク含む）のみを対象とし、大人用粉ミルクは対象外とする。

## （６）カテゴリー別市場規模推移と予測（2011～2015 年、2016～2018 年（予測））

乳製品のカテゴリー別市場規模は、牛乳が最も多く、2015 年で 1,837 万 4,300 トンとなっており、次いで発酵乳が 717 万 3,200 トンと規模が大きい。その他カテゴリーに関しては 100 万トンを切る規模となっており、乳幼児用粉ミルクが 97 万 5,400 トン、生クリームが 10 万 5,100 トン、チーズが 9 万 1,600 トンとなっている。

健康志向の拡大や食の欧米化が進展していることなどから、今後も全てのカテゴリーで規模拡大が予想されており、特に発酵乳は 2 ケタ増での推移が続いていくものと予想される。その他のカテゴリーにおいても 1 桁台半ばでの拡大が続くことが予想され、中国における乳製品は今後しばらくは堅調な動きを見せていくものと思われる。




（単位：トン）

| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年（予測） | 2017年（予測） | 2018年（予測） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 牛乳 | 16,952,100 | 17,134,600 | 18,573,500 | 18,405,100 | 18,374,300 | 19,456,200 | 20,301,700 | 21,208,300 |
| 前年比 | － | 101.1% | 108.4% | 99.1% | 99.8% | 105.9% | 104.3% | 104.5% |
| 発酵乳 | 3,653,700 | 4,305,100 | 4,966,500 | 5,907,100 | 7,173,200 | 8,403,700 | 9,904,500 | 11,509,100 |
| 前年比 | － | 117.8% | 115.4% | 118.9% | 121.4% | 117.2% | 117.9% | 116.2% |
| チーズ | 63,200 | 67,400 | 69,100 | 86,300 | 91,600 | 95,500 | 102,800 | 107,700 |
| 前年比 | － | 106.6% | 102.5% | 124.9% | 106.1% | 104.3% | 107.6% | 104.8% |
| 生クリーム | 92,300 | 101,500 | 99,400 | 103,600 | 105,100 | 110,800 | 116,500 | 123,400 |
| 前年比 | － | 110.0% | 97.9% | 104.2% | 101.4% | 105.4% | 105.1% | 105.9% |
| 乳幼児用粉ミルク | 852,400 | 894,700 | 913,200 | 942,800 | 975,400 | 1,025,300 | 1,104,200 | 1,206,400 |
| 前年比 | － | 105.0% | 102.1% | 103.2% | 103.5% | 105.1% | 107.7% | 109.3% |
| 合計 | 21,613,700 | 22,503,300 | 24,621,700 | 25,444,900 | 26,719,600 | 29,091,500 | 31,529,700 | 34,154,900 |
| 前年比 | － | 104.1% | 109.4% | 103.3% | 105.0% | 108.9% | 108.4% | 108.3% |

（出所：中国乳業協会の数値を基に中国乳製品工業協会などへのヒアリング結果を加味し推計）

注：乳幼児用粉ミルクについては、乳幼児用粉ミルク（フォローアップミルク含む）のみを対象とし、大人用粉ミルクは対象外とする。

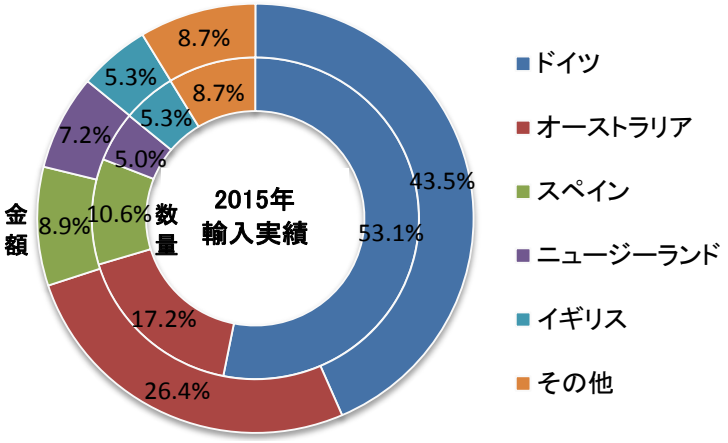
## ２．牛乳乳製品の主要輸入先国の状況

### （１）主要カテゴリー別輸入量推移（2011～2015 年）

①ミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものを除く。）

| HScode | | 英語表記 | 日本語表記 |
|---|---|---|---|
| 0401 | | Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter | ミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものを除く。） |
| | 10 | Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter of a fat content, by weight, not exceeding 1% | 脂肪分が全重量の 1%以下のもの |
| | 20 | Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter of a fat content, by weight, exceeding 1% but not exceeding 6% | 脂肪分が全重量の 1%を超え 6%以下のもの |
| | 40 | Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter of a fat content, by weight, exceeding 6% but not exceeding 10% | 脂肪分が全重量の 6%を超え 10%以下のもの |
| | 50 | Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter of a fat content, by weight, exceeding 10% | 脂肪分が全重量の 10%を超えるもの |

■【HScode：040110】

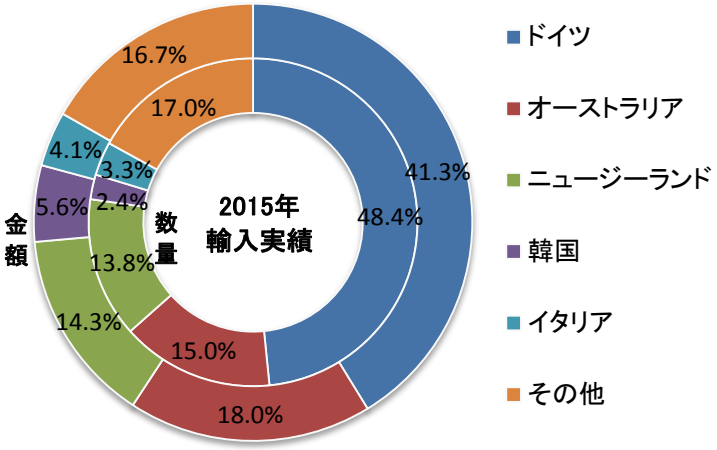



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ドイツ | 2,158,284 | 1,432,779 | 5,066,147 | 3,188,155 | 9,075,211 | 6,562,684 | 11,796,948 | 9,129,828 | 20,050,509 | 11,062,636 |
| オーストラリア | 1,063,918 | 1,135,113 | 3,081,679 | 3,497,338 | 4,782,891 | 5,546,305 | 7,065,587 | 7,955,317 | 6,501,169 | 6,723,531 |
| スペイン | 12,397 | 16,248 | 7,840 | 7,827 | 27,582 | 13,330 | 1,242,150 | 759,550 | 4,008,020 | 2,274,156 |
| ニュージーランド | 587,205 | 640,942 | 923,746 | 1,030,998 | 1,324,152 | 1,488,157 | 1,430,053 | 1,296,685 | 1,900,445 | 1,823,053 |
| イギリス | － | － | 75,000 | 201,979 | 66,007 | 54,084 | 589,156 | 495,201 | 2,004,267 | 1,350,103 |
| その他 | 390,237 | 354,145 | 1,081,143 | 978,932 | 1,978,090 | 1,782,081 | 3,954,594 | 3,683,669 | 3,273,593 | 2,202,025 |
| 合計 | 4,212,041 | 3,579,227 | 10,235,555 | 8,905,229 | 17,253,933 | 15,446,641 | 26,078,488 | 23,320,250 | 37,738,003 | 25,435,504 |

※「－」：データ記載なし　（出所：貿易統計）

■【HScode：040120】

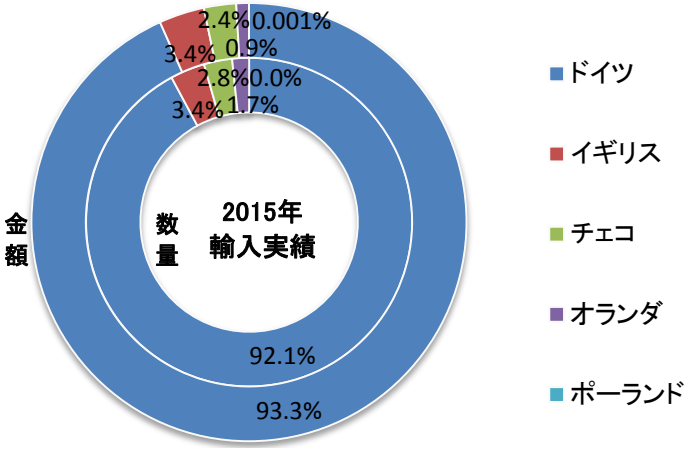



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ドイツ | 10,780,072 | 8,616,883 | 31,961,304 | 24,972,431 | 67,031,826 | 61,708,469 | 110,977,521 | 107,407,815 | 176,271,068 | 126,924,696 |
| オーストラリア | 3,465,156 | 3,810,157 | 9,898,984 | 11,086,081 | 16,916,537 | 19,344,184 | 35,199,665 | 40,675,979 | 54,682,567 | 55,332,109 |
| ニュージーランド | 9,438,245 | 9,590,598 | 15,208,015 | 17,323,935 | 22,009,508 | 25,434,460 | 30,234,620 | 35,778,475 | 50,389,728 | 44,092,021 |
| 韓国 | 136,967 | 156,239 | 1,385,275 | 2,656,293 | 3,520,346 | 6,885,796 | 7,727,549 | 15,657,642 | 8,869,642 | 17,369,505 |
| イタリア | 38,427 | 36,180 | 288,638 | 285,290 | 637,613 | 678,065 | 4,605,577 | 4,704,605 | 12,094,677 | 12,495,159 |
| その他 | 1,945,835 | 2,285,970 | 10,755,139 | 11,688,179 | 33,381,321 | 34,867,482 | 72,056,704 | 74,245,462 | 61,848,061 | 51,470,484 |
| 合計 | 25,804,702 | 24,496,027 | 69,497,355 | 68,012,209 | 143,497,151 | 148,918,456 | 260,801,636 | 278,469,978 | 364,155,743 | 307,683,974 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040140】

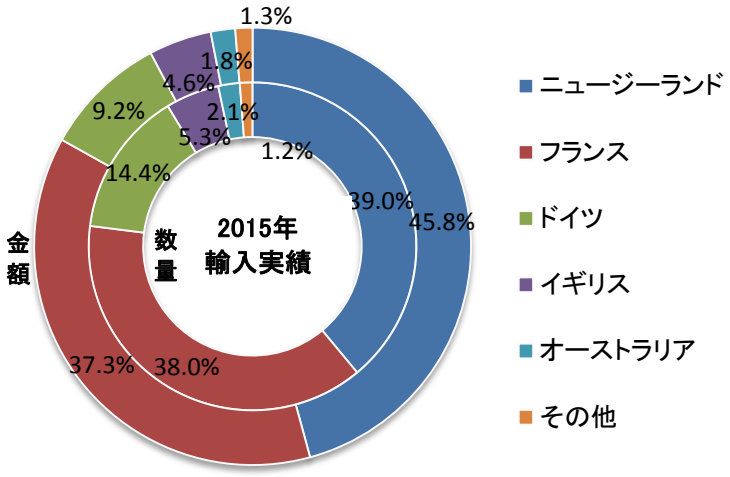



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ドイツ | － | － | 44,437 | 130,965 | 34,604 | 106,862 | 42,370 | 112,623 | 64,925 | 144,414 |
| イギリス | － | － | － | － | － | － | － | － | 2,415 | 5,220 |
| チェコ | － | － | － | － | － | － | － | － | 1,968 | 3,711 |
| オランダ | － | － | 34,636 | 61,804 | － | － | － | － | 1,175 | 1,449 |
| ポーランド | － | － | － | － | － | － | － | － | 0 | 1 |
| その他 | － | － | 562,049 | 945,261 | 1,210,785 | 2,150,713 | 12,504 | 14,211 | － | － |
| 合計 | － | － | 641,122 | 1,138,030 | 1,245,389 | 2,257,575 | 54,874 | 126,834 | 70,483 | 154,795 |

※「－」：データ記載なし　（出所：貿易統計）

■【HScode：040150】




単位：kg/USD

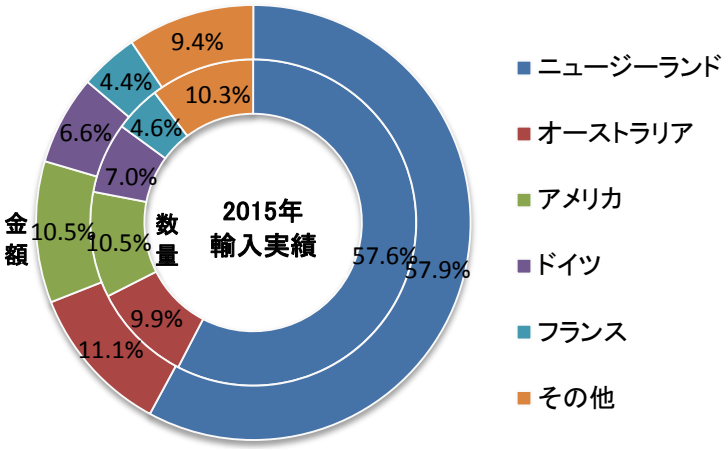
| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ニュージーランド | － | － | 8,529,378 | 27,105,601 | 9,901,062 | 31,046,701 | 13,552,027 | 45,901,686 | 22,445,026 | 69,226,012 |
| フランス | － | － | 3,747,822 | 10,324,562 | 9,856,756 | 28,696,875 | 14,376,827 | 44,225,867 | 21,897,874 | 56,494,261 |
| ドイツ | － | － | 628,427 | 1,934,445 | 1,288,632 | 3,908,467 | 2,838,566 | 8,771,686 | 8,274,814 | 13,876,489 |
| イギリス | － | － | 302,730 | 747,370 | 1,098,302 | 2,905,506 | 1,692,662 | 4,928,476 | 3,045,993 | 7,022,175 |
| オーストラリア | － | － | 106,684 | 305,338 | 36,360 | 94,849 | 280,400 | 793,773 | 1,218,608 | 2,733,984 |
| その他 | － | － | 106,134 | 277,060 | 389,015 | 1,127,368 | 530,663 | 1,699,614 | 710,019 | 1,922,871 |
| 合計 | － | － | 13,421,175 | 40,694,376 | 22,570,127 | 67,779,766 | 33,271,145 | 106,321,102 | 57,592,334 | 151,275,792 |

※「－」：データ記載なし　（出所：貿易統計）

## ②ミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものに限る。）

| HScode | | 英語表記 | 日本語表記 |
|---|---|---|---|
| 0402 | | Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter | ミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥をし又は砂糖その他の甘味料を加えたものに限る。） |
| | 10 | Milk and cream, in powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, not exceeding 1.5% | 固形状のもの（脂肪分が全重量の1.5%以下のものに限る。） 濃縮または砂糖その他の甘味を加えたもの |
| | 21 | Milk and cream, in powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, exceeding 1.5% not containing added sugar or other sweetening | 固形状のもの（脂肪分が全重量の1.5%超えるもの。）濃縮し砂糖その他の甘味料を加えてないもの |
| | 29 | Milk and cream, in powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, exceeding 1.5% added sugar or other sweetening matter | 固形状のもの（脂肪分が全重量の1.5%超えるもの。）濃縮し砂糖その他の甘味料を加えたもの |
| | 91 | Milk and cream, excluding in powder, granules or other solid forms not containing added sugar or other sweetening matter | 固形状でないもの　濃縮し砂糖その他の甘味料を加えてないもの |
| | 99 | Milk and cream added sugar or other sweetening matter excluding in powder, granules or other solid forms | 固形状でないもの　濃縮し砂糖その他の甘味料を加えたもの |

■【HScode：040210】

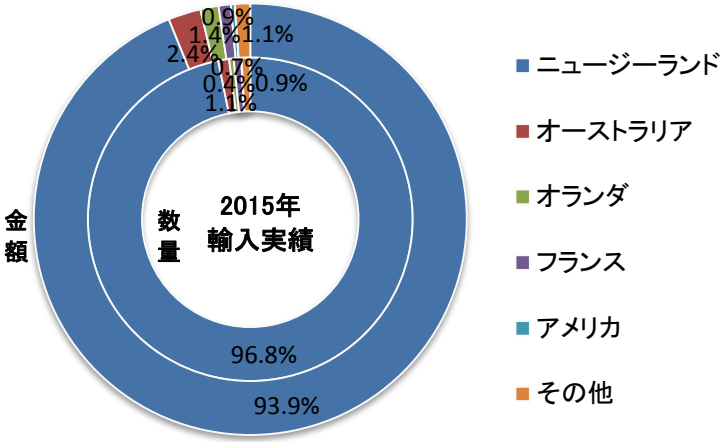



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ニュージーランド | 69,196,106 | 251,490,655 | 105,402,049 | 356,089,176 | 123,919,282 | 511,744,504 | 115,209,769 | 521,689,465 | 115,374,144 | 299,385,521 |
| オーストラリア | 14,158,720 | 48,547,770 | 12,017,187 | 41,264,896 | 13,198,044 | 56,624,284 | 1,715,465 | 80,010,993 | 19,872,962 | 57,646,947 |
| アメリカ | 21,364,351 | 70,218,840 | 18,497,752 | 56,705,443 | 53,327,172 | 212,438,438 | 49,290,467 | 211,549,920 | 21,019,822 | 54,423,385 |
| ドイツ | 7,921,213 | 27,232,779 | 11,560,017 | 36,357,344 | 15,610,150 | 62,701,462 | 16,944,750 | 75,636,742 | 14,062,016 | 34,372,223 |
| フランス | 5,760,225 | 19,622,520 | 9,676,012 | 31,186,832 | 6,959,875 | 27,342,576 | 15,505,311 | 68,027,569 | 9,248,827 | 22,513,762 |
| その他 | 11,468,184 | 38,585,004 | 10,380,352 | 33,079,540 | 22,004,283 | 87,650,998 | 54,174,370 | 168,281,167 | 20,690,614 | 48,864,984 |
| 合計 | 129,868,799 | 455,697,568 | 167,533,369 | 554,683,231 | 235,018,806 | 958,502,262 | 252,840,132 | 1,125,195,856 | 200,268,385 | 517,206,822 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040221】

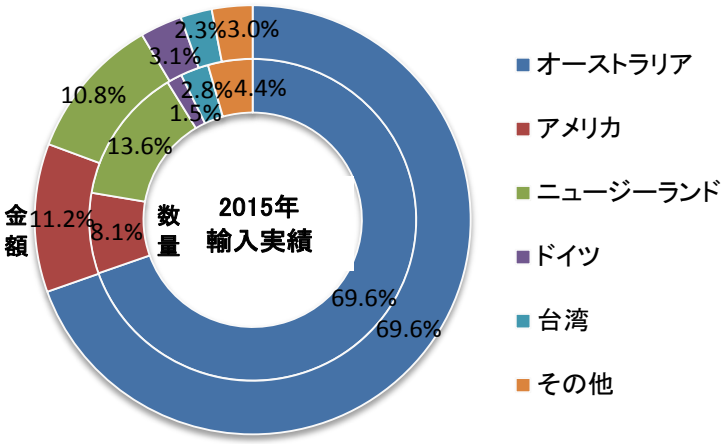



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ニュージーランド | 297,022,193 | 1,099,356,671 | 388,987,745 | 1,306,671,254 | 561,624,096 | 2,350,844,858 | 612,914,899 | 3,012,879,083 | 331,806,592 | 894,007,782 |
| オーストラリア | 7,240,672 | 26,805,725 | 4,479,138 | 15,308,427 | 14,831,085 | 68,294,717 | 15,791,815 | 81,402,175 | 3,672,095 | 23,158,222 |
| オランダ | 6,400 | 69,102 | 15,256 | 104,805 | 1,442,688 | 7,358,021 | 1,157,914 | 8,412,242 | 1,539,938 | 12,976,408 |
| フランス | 1,577,850 | 7,165,640 | 1,458,432 | 6,480,440 | 2,165,642 | 10,617,551 | 2,334,120 | 13,703,463 | 2,529,957 | 8,630,913 |
| アメリカ | 57,404 | 1,725,331 | 93,834 | 992,507 | 2,084,751 | 10,734,642 | 556,370 | 5,288,224 | 151,678 | 2,799,023 |
| その他 | 12,128,736 | 43,324,882 | 7,626,598 | 26,395,220 | 35,649,460 | 167,003,041 | 37,287,754 | 184,619,648 | 2,945,420 | 10,892,045 |
| 合計 | 318,033,255 | 1,178,447,351 | 402,661,003 | 1,355,952,653 | 617,797,722 | 2,614,852,830 | 670,042,872 | 3,306,304,835 | 342,645,680 | 952,464,393 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040229】

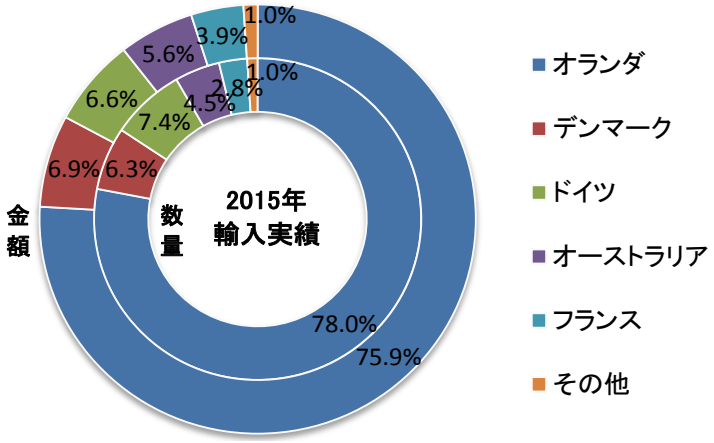



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| オーストラリア | 6,697 | 111,714 | 922 | 26,102 | 1,128 | 12,632 | 47,855 | 392,428 | 3,064,431 | 25,904,342 |
| アメリカ | 5,924 | 55,243 | 10,520 | 84,048 | 5 | 407 | 9 | 135 | 356,170 | 4,164,911 |
| ニュージーランド | 835,060 | 6,084,500 | 1,126,128 | 7,095,237 | 979,790 | 7,082,578 | 313,290 | 2,029,038 | 598,827 | 4,021,817 |
| ドイツ | 195,093 | 1,765,887 | 350,137 | 3,414,725 | 56,514 | 574,237 | 27,045 | 384,274 | 66,829 | 1,162,629 |
| 台湾 | 3,600 | 22,206 | 319,607 | 2,086,295 | 487,637 | 3,125,509 | 265,092 | 1,678,646 | 122,592 | 868,720 |
| その他 | 643,471 | 3,347,480 | 1,088,489 | 5,815,167 | 74,339 | 577,842 | 161,172 | 1,049,886 | 193,804 | 1,121,621 |
| 合計 | 1,689,845 | 11,387,030 | 2,895,803 | 18,521,574 | 1,599,413 | 11,373,205 | 814,463 | 5,534,407 | 4,402,653 | 37,244,040 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040291】

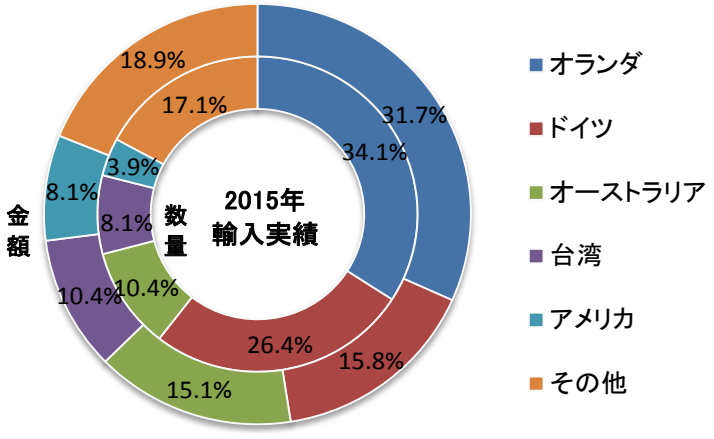



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| オランダ | 2,163,595 | 3,882,304 | 2,822,846 | 5,048,168 | 4,273,681 | 7,771,426 | 5,281,404 | 10,278,896 | 7,672,063 | 15,464,020 |
| デンマーク | 6,097 | 31,996 | 15,255 | 81,786 | 26,667 | 132,912 | 70,236 | 262,290 | 622,484 | 1,415,467 |
| ドイツ | 1,034,552 | 3,032,293 | 1,322,553 | 3,890,404 | 1,819,207 | 5,477,869 | 2,003,891 | 6,164,640 | 726,846 | 1,343,244 |
| オーストラリア | 403,320 | 1,127,473 | 223,396 | 741,983 | 176,864 | 781,009 | 264,936 | 726,190 | 439,678 | 1,140,478 |
| フランス | 218,287 | 717,569 | 433,081 | 1,313,900 | 176,864 | 781,009 | 264,936 | 726,190 | 273,626 | 791,809 |
| その他 | 50,815 | 228,068 | 56,243 | 207,562 | 403,768 | 981,252 | 469,264 | 1,414,436 | 99,522 | 213,217 |
| 合計 | 3,876,666 | 9,019,703 | 4,873,374 | 11,283,803 | 6,877,051 | 15,925,477 | 8,354,667 | 19,572,642 | 9,834,219 | 20,368,235 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040299】




単位：kg/USD

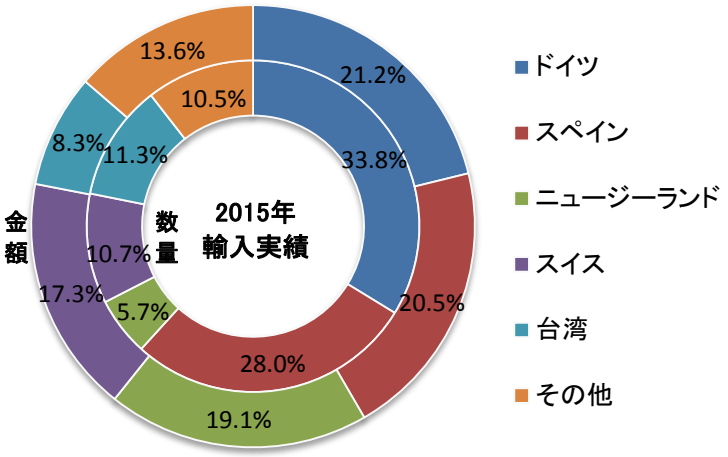
| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| オランダ | 46,332 | 114,783 | 94,380 | 198,162 | 105,719 | 235,627 | 151,008 | 340,639 | 377,547 | 667,132 |
| ドイツ | 950 | 1,360 | 2,708 | 5,542 | 17,132 | 108,976 | － | － | 292,045 | 332,070 |
| オーストラリア | 119,566 | 436,638 | 12,232 | 89,451 | 918 | 2,144 | 29,120 | 68,387 | 115,171 | 317,821 |
| 台湾 | 5,544 | 8,298 | 3,844 | 6,981 | 35,916 | 218,148 | 33,692 | 87,279 | 89,314 | 217,721 |
| アメリカ | － | 193,860 | 136,426 | 337,265 | 174,850 | 420,938 | 15,566 | 50,887 | 43,158 | 170,511 |
| その他 | 764,222 | 1,531,410 | 391,482 | 667,951 | 2,053,757 | 3,971,847 | 592,513 | 1,337,394 | 189,502 | 397,863 |
| 合計 | 936,614 | 2,286,349 | 641,072 | 1,305,352 | 2,388,292 | 4,957,680 | 821,899 | 1,884,586 | 1,106,893 | 2,104,452 |

※「－」：データ記載なし　（出所：貿易統計）

③バターミルク、凝固したミルク及びクリーム、ヨーグルト、ケフィアその他発酵させ又は酸性化したミルク及びクリーム

| HScode | | 英語表記 | 日本語表記 |
|---|---|---|---|
| 0403 | | Buttermilk, curdled milk and cream, yogurt, kephir and other fermented or acidified milk and cream, whether or not concentrated or containing added sugar or other sweetening matter or flavoured or containing added fruit, nuts or cocoa | バターミルク、凝固したミルク及びクリーム、ヨーグルト、ケフィアその他発酵させ又は酸性化したミルク及びクリーム（濃縮若しくは乾燥してあるないか又は砂糖その他の甘味料、香味料、果実、ナット若しくはココアを加えてあるかないかを問わない） |
| | 10 | Yogurt | ヨーグルト |
| | 90 | Buttermilk, curdled milk and cream, kephir and other fermented or acidified milk and cream | その他のもの |

■【HScode：040310】

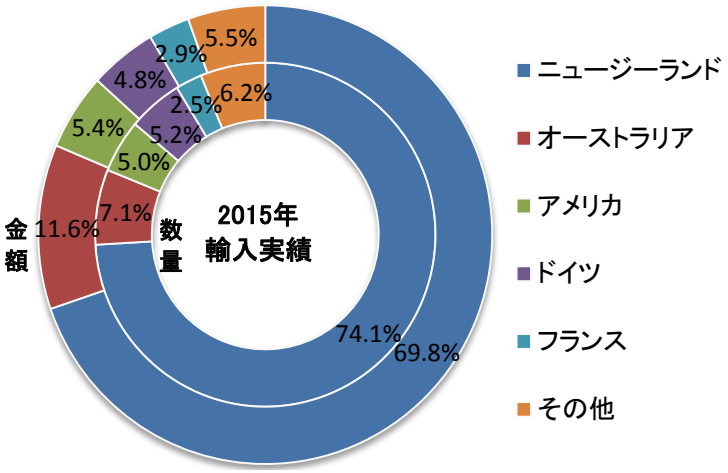



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ドイツ | 295,875 | 509,434 | 679,460 | 1,138,189 | 519,749 | 1,148,694 | 817,997 | 1,888,262 | 2,302,432 | 4,094,973 |
| スペイン | 134,631 | 314,235 | 462,165 | 972,585 | 1,062,954 | 2,365,383 | 1,427,839 | 3,311,267 | 1,907,421 | 3,964,846 |
| ニュージーランド | 63,707 | 454,960 | 146,824 | 1,327,268 | 288,265 | 3,035,105 | 309,808 | 3,467,337 | 388,985 | 3,693,351 |
| スイス | 229,828 | 1,065,419 | 315,648 | 1,307,664 | 370,474 | 1,560,397 | 344,536 | 1,624,900 | 731,805 | 3,357,452 |
| 台湾 | 304,681 | 695,620 | 439,315 | 1,055,321 | 280,998 | 647,339 | 561,527 | 1,281,346 | 771,862 | 1,604,986 |
| その他 | 373,799 | 2,113,849 | 653,048 | 2,700,807 | 924,070 | 3,655,366 | 486,918 | 2,252,908 | 717,128 | 2,640,186 |
| 合計 | 1,402,521 | 5,153,517 | 2,696,460 | 8,501,834 | 3,446,510 | 12,412,284 | 3,948,625 | 13,826,020 | 6,819,633 | 19,355,794 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040390】




単位：kg/USD

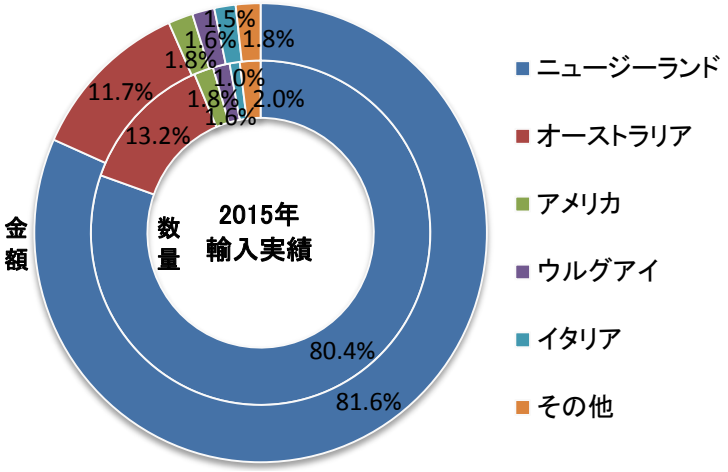
| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ニュージーランド | 539,240 | 1,727,561 | 4,157,265 | 13,221,666 | 6,269,522 | 25,764,868 | 4,006,927 | 19,810,972 | 2,558,320 | 5,862,379 |
| オーストラリア | 8,995 | 68,347 | 8,495 | 40,983 | 25,521 | 135,415 | 197,631 | 984,425 | 244,251 | 975,057 |
| アメリカ | 4,166 | 28,043 | 2,802 | 21,728 | 2,089 | 12,047 | 268,305 | 1,036,477 | 172,150 | 452,794 |
| ドイツ | 60,793 | 184,561 | 533,696 | 1,575,186 | 191,603 | 637,130 | 75,092 | 273,317 | 179,379 | 403,856 |
| フランス | 424,768 | 1,364,916 | 406,565 | 1,181,474 | 124,103 | 439,732 | 162,192 | 485,057 | 86,845 | 246,650 |
| その他 | 105,160 | 398,798 | 92,260 | 323,566 | 181,374 | 749,315 | 58,116 | 253,205 | 213,144 | 463,598 |
| 合計 | 1,143,122 | 3,772,226 | 5,201,083 | 16,364,603 | 6,794,212 | 27,738,507 | 4,768,263 | 22,843,453 | 3,454,089 | 8,404,334 |

（出所：貿易統計）

## ④チーズ及びカード

| HScode | | 英語表記 | 日本語表記 |
|---|---|---|---|
| 0406 | | Cheese and curd | チーズ及びカード |
| | 10 | Fresh (unripened or uncured) cheese, including whey cheese and curd | フレッシュチーズ（ホエイチーズを含むものとし、熟成していないものに限る。）及びカード |
| | 20 | Grated or powdered cheese, of all kinds | おろしチーズ及び粉チーズ（チーズの種類を問わない。） |
| | 30 | Processed cheese, not grated or powdered | プロセスチーズ（おろしチーズ及び粉チーズを除く。） |
| | 40 | Blue-veined cheese and other cheese containing veins produced by Penicillium roqueforti | ブルーベインドチーズ及びその他のペニシリウム・ロックフォルティにより得られる模様を含むチーズ |
| | 90 | Other cheese | その他のチーズ |

■【HScode：040610】

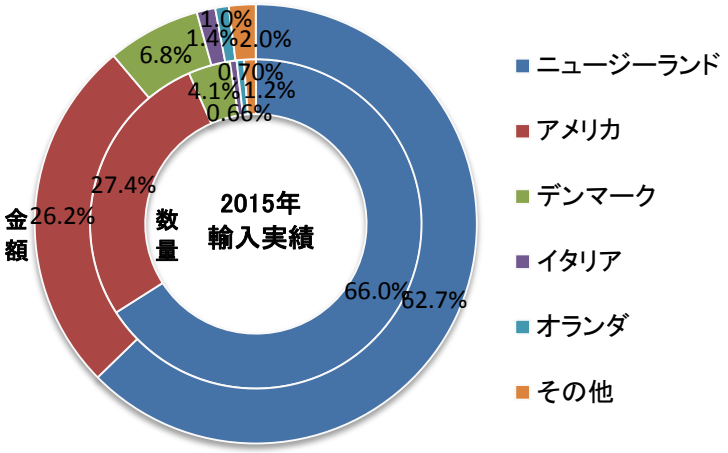



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ニュージーランド | 6,888,753 | 30,318,632 | 10,104,481 | 44,626,447 | 12,037,729 | 56,224,305 | 16,233,662 | 80,854,706 | 18,872,600 | 82,989,827 |
| オーストラリア | 951,054 | 4,281,025 | 993,492 | 4,518,250 | 1,003,136 | 4,525,833 | 2,750,786 | 10,841,751 | 3,100,908 | 11,910,069 |
| アメリカ | 1,591,945 | 6,922,586 | 912,739 | 3,813,394 | 432,408 | 1,651,795 | 359,640 | 1,549,960 | 433,046 | 1,788,205 |
| ウルグアイ | 100,000 | 433,045 | 25,000 | 105,250 | 35,000 | 147,450 | － | － | 375,000 | 1,617,250 |
| イタリア | 147,648 | 1,144,543 | 176,964 | 1,294,479 | 194,731 | 1,553,712 | 293,392 | 2,521,700 | 225,410 | 1,547,868 |
| その他 | 148,762 | 756,753 | 232,564 | 1,063,081 | 122,240 | 618,943 | 211,871 | 1,073,475 | 460,890 | 1,792,479 |
| 合計 | 9,828,162 | 43,856,584 | 12,445,240 | 55,420,901 | 13,825,244 | 64,722,038 | 19,849,351 | 96,841,592 | 23,467,854 | 101,645,698 |

※「－」：データ記載なし　（出所：貿易統計）

■【HScode：040620】

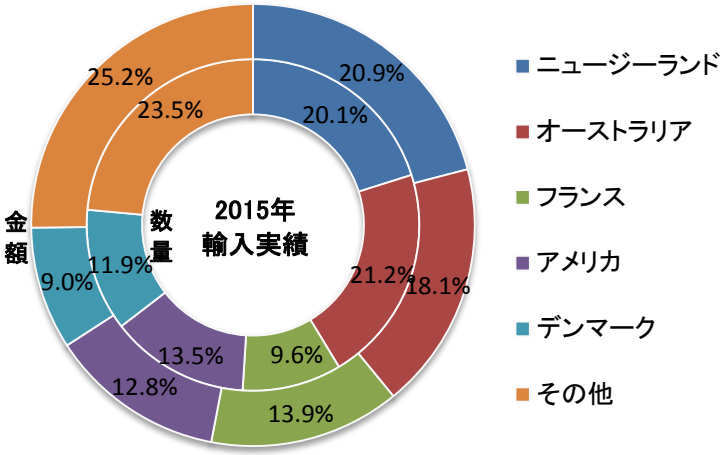



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ニュージーランド | 4,421,498 | 18,216,493 | 4,112,112 | 18,201,137 | 5,316,756 | 23,165,584 | 7,229,944 | 36,412,821 | 10,777,052 | 49,328,967 |
| アメリカ | 1,619,340 | 7,738,607 | 2,796,904 | 12,484,581 | 2,475,738 | 11,439,083 | 2,705,432 | 12,863,060 | 4,480,906 | 20,614,704 |
| デンマーク | 212,260 | 1,786,046 | 289,520 | 2,288,693 | 362,340 | 3,077,543 | 724,375 | 3,627,022 | 668,365 | 5,367,850 |
| イタリア | 34,616 | 385,550 | 26,519 | 265,134 | 41,807 | 449,557 | 87,377 | 1,003,945 | 108,305 | 1,070,137 |
| オランダ | 33,450 | 227,376 | 66,125 | 451,584 | 78,467 | 599,520 | 66,221 | 515,493 | 114,322 | 779,208 |
| その他 | 107,717 | 837,090 | 110,776 | 1,210,545 | 197,758 | 1,582,910 | 89,504 | 3,695,002 | 189,661 | 1,536,466 |
| 合計 | 6,428,881 | 29,191,162 | 7,401,956 | 34,901,674 | 8,472,866 | 40,314,197 | 10,902,853 | 58,117,343 | 16,338,611 | 78,697,332 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040630】

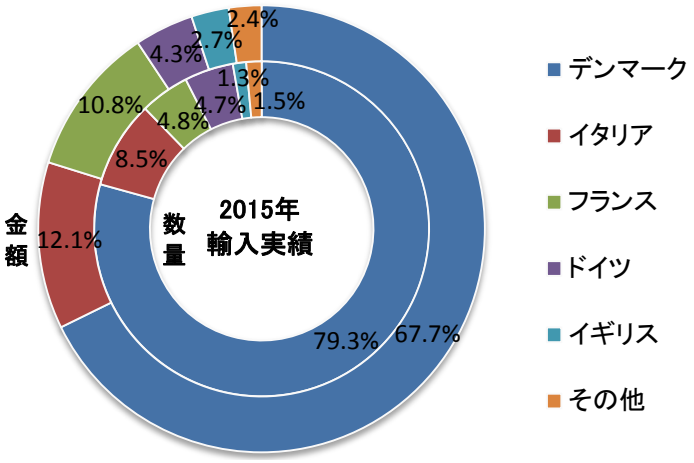



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| ニュージーランド | 989,168 | 5,632,955 | 1,265,237 | 7,189,254 | 1,399,644 | 7,911,619 | 2,463,414 | 14,700,981 | 2,567,822 | 13,643,415 |
| オーストラリア | 2,176,646 | 10,982,244 | 2,583,097 | 13,361,676 | 3,222,424 | 15,993,867 | 4,003,110 | 20,446,903 | 2,710,828 | 11,821,554 |
| フランス | 314,363 | 3,206,206 | 485,072 | 3,938,758 | 780,295 | 6,278,202 | 1,203,581 | 9,964,287 | 1,231,119 | 9,072,297 |
| アメリカ | 733,277 | 3,358,634 | 687,453 | 3,240,468 | 1,008,416 | 5,012,232 | 1,865,941 | 10,206,070 | 1,729,127 | 8,347,573 |
| デンマーク | 105,806 | 1,222,479 | 141,171 | 1,649,274 | 97,266 | 963,876 | 135,847 | 932,836 | 1,522,905 | 5,844,238 |
| その他 | 709,847 | 4,883,381 | 895,857 | 5,774,798 | 1,358,830 | 8,703,359 | 1,999,858 | 12,554,049 | 3,002,904 | 16,409,931 |
| 合計 | 5,030,067 | 29,290,081 | 6,057,887 | 35,154,228 | 7,866,875 | 44,863,155 | 11,671,751 | 68,805,126 | 12,764,705 | 65,139,008 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040640】

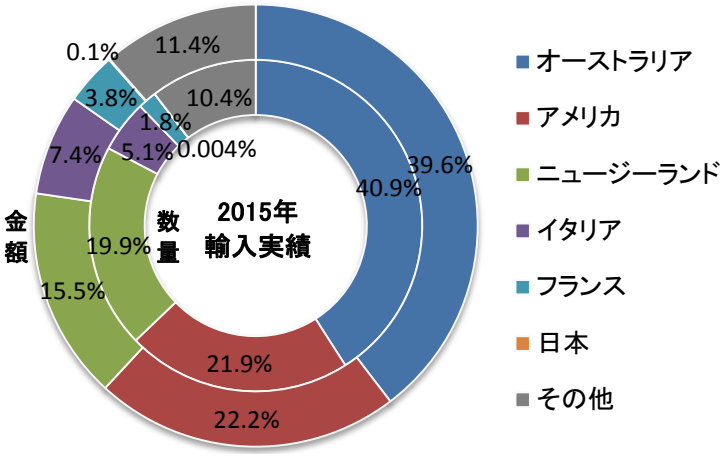



単位：kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| デンマーク | 21,984 | 296,573 | 41,112 | 442,417 | 50,703 | 444,723 | 48,486 | 404,357 | 67,708 | 418,913 |
| イタリア | 1,622 | 16,738 | 1,914 | 21,544 | 3,816 | 49,043 | 2,951 | 40,397 | 7,219 | 74,629 |
| フランス | 2,633 | 61,053 | 12,266 | 113,464 | 11,426 | 107,789 | 2,030 | 50,473 | 4,073 | 67,046 |
| ドイツ | 8,778 | 61,411 | 4,036 | 26,932 | 6,706 | 51,738 | 3,382 | 25,360 | 4,033 | 26,408 |
| イギリス | 103 | 2,270 | 577 | 8,382 | 976 | 16,405 | 1,534 | 26,598 | 1,098 | 16,804 |
| その他 | 1,438 | 24,928 | 1,758 | 28,421 | 707 | 9,752 | 2,695 | 29,530 | 1,267 | 14,580 |
| 合計 | 36,558 | 462,973 | 61,663 | 641,160 | 74,334 | 679,450 | 61,078 | 576,715 | 85,398 | 618,380 |

（出所：貿易統計）

■【HScode：040690】




単位：kg/USD

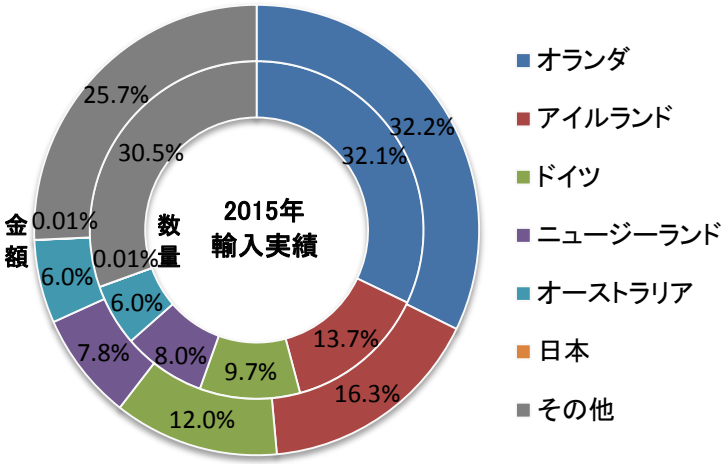
| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| オーストラリア | 2,759,771 | 12,591,436 | 4,378,204 | 20,191,536 | 6,754,980 | 30,705,428 | 10,514,912 | 49,391,835 | 9,386,532 | 40,360,429 |
| アメリカ | 2,625,820 | 10,507,888 | 4,556,606 | 19,269,756 | 6,093,071 | 24,901,807 | 6,703,996 | 31,025,011 | 5,014,890 | 22,662,111 |
| ニュージーランド | 843,340 | 3,991,829 | 1,527,814 | 6,187,920 | 1,261,277 | 5,574,939 | 2,897,575 | 14,648,708 | 4,561,944 | 15,753,167 |
| イタリア | 167,502 | 1,779,503 | 384,991 | 3,373,238 | 623,565 | 5,537,162 | 751,775 | 5,692,829 | 1,159,896 | 7,528,764 |
| フランス | 195,147 | 2,390,950 | 325,809 | 3,350,803 | 474,934 | 4,035,433 | 672,184 | 5,594,701 | 417,871 | 3,845,227 |
| 日本 | 1 | 19 | － | － | － | － | － | － | 807 | 61,096 |
| その他 | 630,215 | 5,200,223 | 1,670,466 | 8,222,158 | 1,869,346 | 9,728,393 | 1,947,678 | 11,734,289 | 2,382,096 | 11,651,698 |
| 合計 | 7,221,796 | 36,461,848 | 12,843,890 | 60,595,411 | 17,077,173 | 80,483,162 | 23,488,120 | 118,087,373 | 22,924,036 | 101,862,492 |

※「－」：データ記載なし　（出所：貿易統計）

⑤育児食用の調製品

| HScode | | 英語表記 | 日本語表記 |
|---|---|---|---|
| 1901 | | Malt extract; food preparations of flour, groats, meal, starch or malt extract, not containing cocoa or containing less than 40% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, not elsewhere specified or included; food preparations of goods of headings 04.01 to 04.04, not containing cocoa or containing less than 5% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, not elsewhere specified or included | 麦芽エキス並びに穀粉、ミール、でん粉又は麦芽エキスの調製食料品(ココアを含有するものにあつては完全に脱脂したココアとして計算したココアの含有量が全重量の 40%未満のものに限るものとし、他の項に該当するものを除く。)及び第 04.01 項から第 04.04 項までの物品の調製食料品(ココアを含有するものにあつては完全に脱脂したココアとして計算したココアの含有量が全重量の 5%未満のものに限るものとし、他の項に該当するものを除く。) |
| | 10 | Preparations for infant use, put up for retail sale | 育児食用の調製品（小売用にしたものに限る。） |

■【HScode：190110】




単位:kg/USD

| | 2011年 | | 2012年 | | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| オランダ | 14,052,893 | 124,237,725 | 21,050,897 | 242,415,370 | 25,163,524 | 327,280,991 | 33,607,722 | 418,614,594 | 57,721,389 | 812,006,118 |
| アイルランド | 1,569,975 | 30,282,630 | 4,205,273 | 81,642,213 | 7,365,605 | 129,245,756 | 17,307,790 | 277,638,418 | 24,704,473 | 410,512,078 |
| ドイツ | 815,897 | 7,584,644 | 1,759,457 | 15,738,556 | 2,108,290 | 24,275,582 | 4,830,201 | 60,436,201 | 17,491,049 | 301,851,675 |
| ニュージーランド | 12,507,233 | 160,529,717 | 16,323,715 | 190,268,847 | 19,746,536 | 260,026,887 | 10,487,489 | 153,935,796 | 14,482,656 | 195,518,766 |
| オーストラリア | 3,566,375 | 35,465,581 | 3,975,054 | 39,700,502 | 6,794,646 | 76,215,167 | 4,545,832 | 53,297,247 | 10,707,965 | 150,886,832 |
| 日本 | 209 | 8,088 | 4,144 | 86,323 | 2,166 | 37,722 | 4,466 | 151,193 | 10,549 | 240,611 |
| その他 | 45,992,653 | 509,423,265 | 44,183,065 | 478,692,004 | 61,611,935 | 660,868,693 | 52,332,023 | 601,735,198 | 54,822,673 | 647,058,536 |
| 合計 | 78,505,235 | 867,531,650 | 91,501,605 | 1,048,543,815 | 122,792,702 | 1,477,950,798 | 123,115,523 | 1,565,808,647 | 179,940,754 | 2,518,074,616 |

（出所:貿易統計）

## ３．販売に関する法規制及び商習慣

### （１）国内販売に関する規制・手続き（免許制度等）

#### ①日本からの乳製品輸入規制

中国は、日本から輸出されるすべての食品・飼料等について、10 都県（福島、宮城、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、新潟、長野）からの産品は輸入停止措置を講じている。また、乳及び乳製品に関しては、10 都県以外の地域産品であっても、「放射性物質検査証明（中国の放射性物質基準に適合することの証明)」、「産地証明（10 都県以外で生産されたことの証明)」を求めている。

但し、放射性物質検査証明書の様式が日本政府と中国政府との間で整っていないため、放射性物質検査証明書を発行することができない。

#### ②輸入時の規制

■届出および登録

| 生産企業の登録　※１） | 輸出業者 | 輸入業者　※２）※３） |
|---|---|---|
| 食品を生産する国外の食品生産企業は、「輸入食品国外生産企業登録実施目録」に掲載される品目を中国に輸入するにあたり、国家認証認可監督管理委員会に登録手続きをする。 | 中国に食品を輸出する輸出業者または代理業者は国家質検総局に届出申請表（輸出業者又は代理業者の届出申請表）を必要とする。 | 中国国内の輸入業者または荷受人は貿易取引相手である輸出業者または代理業者の関連情報を記載した「輸入食品の国外輸出業者または代理業者届出情報表」を国家質検総局に提出。 |

※１）国家認証認可監督管理委員会への登録なきメーカーの製品は輸出できない。

※２）中国における乳製品の輸入販売は、国内販売の「食品販売」資格と、輸入業務の資格（自営輸出入権）の両者が必要。「食品販売」資格のみを有する乳製品販売業者は、輸入業務をその資格を持つ輸出入会社に委託する。両者の資格を持つ企業は「輸入代理業者」として輸入・国内販売を行うことが出来る。

※３）食品安全国家基準のない食品または新たな食品添加物や新たな食品関連製品を初めて輸入する場合、輸入業者は中国衛生行政部門へ安全性評価書類等を提出し、認可を受ける必要がある。

### ③輸入検査申請、通関手続き

中国国内の輸入業者は輸入通関に際し、税関・通関地の出入国検査検疫機関に以下の書類を提出する。

| 書類名 | 備考等 |
|---|---|
| 輸入契約書 | － |
| インボイス | － |
| パッキングリスト | － |
| 船荷証券等必要書類 | － |
| 衛生証明書 | 中国国家質量監督検験検疫総局からの要請で、2010 年 1 月 1 日より、中国に輸出する乳及び乳製品は、輸出国の衛生当局が発行した衛生証明書の添付が必要となった。<br>乳製品を輸出する際の必要書類：<br>①「食品衛生法」に基づく施設と製品の「衛生証明書」都府県の衛生主管部長へ申請<br>②「家畜伝染病予防法」に基づく製品の「輸出検疫証明書」動物検疫所へ申請<br>③対中国輸出入及び乳製品の取扱概要や書式については厚労省医薬食品局の（食安発 1210 第 1 号） |
| 食品安全国家標準で規定する項目の検査測定報告書 | － |
| 対応する製品標準規定の微生物、汚染物、真菌毒素項目の検査測定報告書 | 初めて輸入する乳幼児配合食品基粉原料の場合 |
| 最初の輸入時に提出した検査測定報告書の写しおよび国家品質検査検疫局の要求する項目の検査測定報告書 | ２回目以降輸入する乳製品の場合 |
| 包装済み乳製品 | 原文ラベルとその中国語訳、中国語ラベルサンプル、中国語説明書 |
| 入国動物植物検疫許可証 | 検疫審査認可を必要とする乳製品の場合。必要とする乳製品は、生乳（HS0401200000）、生乳製品（HS0403100000、HS0406100000、HS0406200000、HS0406300000、HS0406400000、HS0406900000）、パスチャライズド乳（HS0401100000、HS0401200000）がある（国家品質監督検査検疫総局 2013 年第 53 号公告） |

| 書類名 | 備考等 |
|---|---|
| 国務院衛生行政部門の発行した許可証明文書 | 食品安全国家標準のない乳製品の場合 |
| 検査検疫機関または税関が要求するその他証憑書類 | ― |

**④乳製品検査**

<table>
<tr><th></th><th>合格</th><th colspan="2">不合格</th></tr>
<tr><td rowspan="2">出入国検査<br>検疫機関<br>（乳製品を検査）</td><td rowspan="2">入国貨物検査検疫証明を発行</td><td>安全、健康、環境保護の項目が不合格の場合</td><td>他の項目が不合格の場合</td></tr>
<tr><td>↓<br>検査検疫機構は廃棄命令を出す。または、返送処理通知書を発行。</td><td>↓<br>検査検疫機構の監督のもと、技術処理を行い、改めて検査検疫を行う。</td></tr>
<tr><td>税関</td><td colspan="3">出入国検査検疫機関が発行した入国貨物検査検疫証明に基づいて通関を許可。<br>（通関時、自動輸入許可証を必要とする乳製品もあり）</td></tr>
</table>

**⑤乳製品の品質安全国家基準**

中国政府（業界基準）が定める主な乳製品標準は以下のようなものがある。

| | |
|---|---|
| ヨーグルト：GB 19302-2010 | 粉乳：GB 19644-2010 |
| クリーム、バター：GB 19646-2010 | チーズ：GB 5420-2010 |
| プロセスチーズ：GB13102-2010 | 練乳：GB 5417-1999 |
| 乳児用調製粉乳：GB 10765-2010 | 後期乳幼児用調製粉乳：GB 10767-2010 |
| 乳酸菌飲料：GB16321-2003 | ソフトチーズ：業界基準 NY478-2002 |
| 乳飲料（Milk beverages）：推薦国家基準 GB/T 21732-2008 など | |

※GB ：強制国家基準（遵守）、GB/T：推薦国家基準、NY：業界基準

**⑥中国における外資企業による生産規制**

中国は、「外国投資産業指導目録」（2015 年 4 月 10 日施行・改正）により、外資企業に対する制限、禁止業種を指定している。この中で、「外商投資を制限する産業の目録」および「外商投資を禁止する産業の目録」の製造業において、外資による乳製品製造は制限・禁止業種として指定されていない。

## （２）商習慣（営業・販促方法、プロモーション手法、等）

### ①中国小売の商習慣

#### ⅰ.中国小売との取引で生じる様々な費用

中国ではスーパーマーケットやハイパーマーケットで商品を販売する際には、入場料やバーコード費、端末費、販促費、祝日費など各小売企業により様々なリベートを要求される。

メーカーは小売と直接取引する場合、一般的にリスティングフィーとリベートを納めている。しかし、中国マーケットでシェアが高くブランド力が高いメーカーは、小売との取引において優位な立場にあり、リスティングフィーやリベートを納めていないケースが存在する。リベートは小売側の販売額が少ない商品の営業コスト補填のような意味合いがある。販売額が多いブランド力のあるメーカー商品は、小売側に十分な利益をもたらすので、リベートを納めなくて良いケースが存在する。

メーカーの代理商（卸）経由による取引の場合、小売に対するリスティングフィーとリベートの支払いは、代理商側で負担する場合とメーカー側で負担する場合があるが、一般に、代理商が輸入品を扱う場合は代理商側が負担し、国産品を扱う場合はメーカー側で負担する。

**■主要小売店におけるリベート形態**

| 小売 | 費目 | 費用 |
|---|---|---|
| 聯華超市（CenturyMart） | アカウント開設費 | 20～30 万元（1 回のみ） |
| | 新商品登録費 | 1,000 元/店舗（38 店舗×1,000 元＝38,000 元） |
| | 広告費（主にチラシ代） | チラシ 1 コマ掲載に 2,000～5,000 元。掲載場所やサイズにより、数万～数十万元の場合あり。 |
| 卜蜂蓮花（LOTUS） | 入場料（ｱｶｳﾝﾄ開設費） | 5～8 万元 |
| | バーコード発行費用 | 10 万元（一括） |
| | 販促費用 | 4,000 元～1 万元（1 回当たり）※旗艦店はﾊｲｸﾗｽな存在なため、販促費は高くなる。 |
| 家楽福（Carrefour） | 入場料（ｱｶｳﾝﾄ開設費） | 10 万元～ |
| | バーコード発行費用 | 500 元（1 店舗当たり） |
| | 販促費用 | 1 万元～（1 回当たり） |

（出所：矢野経済研究所による企業へのヒアリングに基づき作成）

上海の主要流通小売におけるフィーの高低は、下表の通りで、小売のブランド・販売力により異なる。

主要チェーンでフィーが最も高いのがカルフールである。

| フィー | 店舗名 | 割合※ |
|---|---|---|
| 高 | Carrefour、CenturyMart | 100% |
| 中 | LOTUS、TESCO、Auchan、大潤発 | 80% |
| 低 | 農工商、その他 | 60% |

※フィーが「高」の企業を 100 とした際の割合

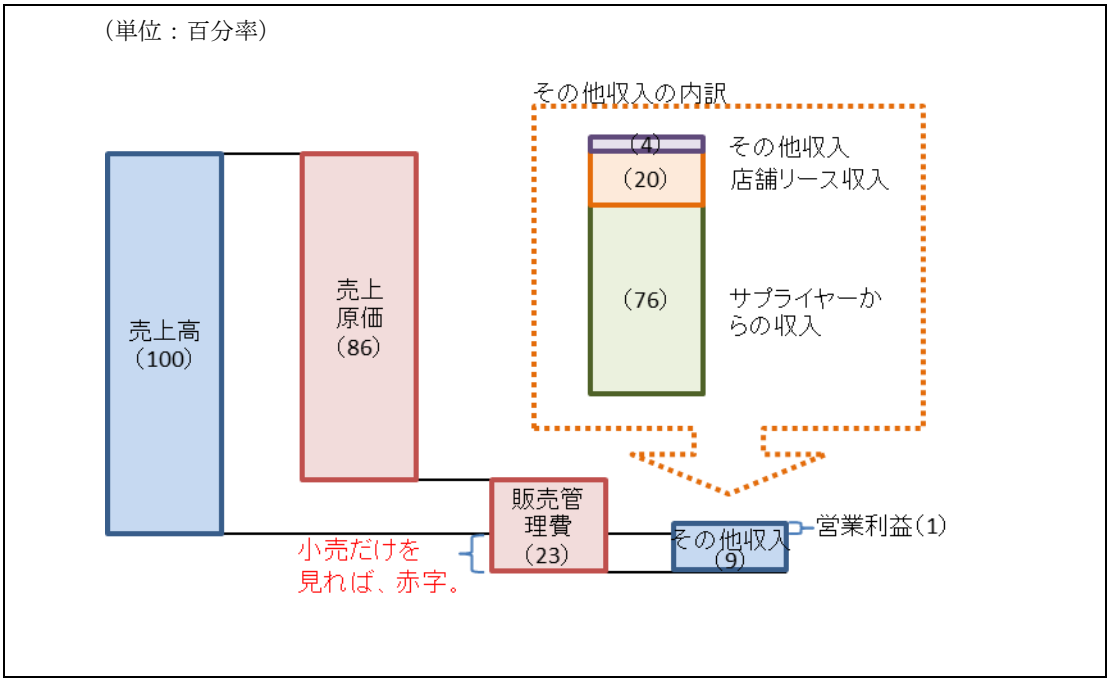
（出所：矢野経済研究所による企業へのヒアリングに基づき作成）

その他、大手メーカーは店舗に販売員を派遣し、新商品を売り込むなどしているが、この販売員を派遣する場合も小売に管理費を支払う。この管理費は 500 元/人・月程度が相場である。

### ⅱ. 中国小売の収支構造

中華系大手スーパーの収支構造は下図の通りで、小売分のみを見れば赤字となるが、その他の収入の内訳として、サプライヤーからの収入が 76%を占めている。中国の小売企業にとって、サプライヤーからのフィーが重要な収入源となっている。

**■中華系大手スーパーの収支構造（2011 年）**




（出所：ジェトロ資料より抜粋）

### ⅲ. 小売りと取引を行う際のプロセス

卜蜂蓮花（LOTUS）の事例として、海外メーカーが同小売と新規で取引を開始する場合は、必ず代理商を通し、直接取引は行っていない。同小売で商品の取引が開始されるまでには以下のようなプロセスがあり、順調に進めばサンプル提供から 1 か月程度で販売が開始される。

| | |
|---|---|
| ① | メーカー側が代理商を見つけ契約を行う。 |
| ② | 代理商からスーパー側にサンプルを提出する。（その時点で中国における通関や検疫といった必要な検査の合格証明書を提出することが求められる。） |
| ③ | スーパー側で新商品に対する審査会が開かれ、味やパッケージ等様々な観点から審査される。 |
| ④ | 審査会を通過した際には、商品における商品番号が発行される。 |
| ⑤ | メーカー側に発注が出て、チェーンの倉庫に納品 |

### ⅳ. 商品の入れ替えについて

大潤発（RT-MART）の事例として、商品の入れ替えについて、新規商品の販売を始めて 20 日程度経過した時点で売上が下位であった場合、商品の取扱いが中止される可能性がある。同小売の最終的な取扱い中止決定までのプロセスは以下の通りである。

| | |
|---|---|
| ① | 販売開始後 20 日たって全店舗の 50%以上で売上がゼロだった場合、値引き販売を実施するか定番売価を下げて販売するかどちらかの対策を実施する。 |
| ② | そこから再び 20～30 日たっても同じ状況が続いていたら、担当者が社長と打ち合わせを行い、納得できる理由（新商品なのでブランド育成に時間が必要など）があれば、もう一度フィーを支払うことで再び販売するチャンスを得られる（①に戻る）。 |

また、卜蜂蓮花（LOTUS）では、商品の入れ替えについて年間で 2 回商品の見直しを行っている。その際、年間売上が 20 万元以下の場合はその場で棚から外している。また、販売ランキング下位の商品についても棚から外している。

常温ミルクは消費者のブランドスイッチが激しいため、商品の入れ替わりが激しいカテゴリーとなっている。

### ②中国３大乳業メーカーの広告宣伝費

伊利、蒙牛、光明の中国 3 大乳業メーカーの 2016 年上半期売上高は 674.6 億元で、純利益は 45.2 億元であった。また、同 3 大乳業メーカーの同期内における広告支出総額は 75.9 億元で、前年同期の 59.1 億元に比べて 28.4%の増加であった。この額は、純利益の 1.7 倍になる。売上高に対する広告宣伝費率は、個別企業で見ると、伊利が 13.6%、蒙牛が 10.4%、光明が 6.7%となっている。

**■中国３大乳業メーカーの 2016 年上半期売上高・純利益・広告宣伝費**

| 企業名称 | 2016 年上半期売上高（億元） | 前年同期比（%） | 純利益（億元） | 前年同期比（%） | 2016 年広告宣伝費（億元） | 前年同期比（%） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 伊利 | 299.3 | 0.2 | 32.1 | 20.6 | 40.7 | 28.4 |
| 蒙牛 | 272.6 | 6.6 | 10.7 | -19.5 | 28.3 | 23.4 |
| 光明 | 102.7 | 0.4 | 2.4 | 20.3 | 6.9 | 54.3 |

（出所：中国網財経より矢野経済研究所作成）

世界的な企業を例に挙げると、コカ・コーラ社は 2015 年の売上高が 442 億米ドルに対して 40 億米ドルの広告宣伝費を投入している。P&G 社は 2015 年の売上高が 653 億米ドルに対して 80 億米ドルの宣伝広告費を投入している。コカ・コーラ社の売上高に対する宣伝広告費比率は 10%で、P&G 社は同 12.3%である。しかしながら、伊利の粗利率は 36%に対して、コカコーラ社は同 60%、P&G 社は同 50%であり、伊利の宣伝広告に対する投資額が非常に大きいことがうかがえる。

2015 年現在、中国で株式上場する 1,450 企業のうち、宣伝広告費用の累計は 1,230.21 億元となる。このうち広告宣伝費支出第１位は、上海汽車工業（集団）総公司（中国 3 自動車メーカーグループの一つ）の 97 億元で、第２位に伊利、第３位に光明が来る（出所:九個頭条網より）。蒙牛は香港市場に上場しているため同ランキングには入らないが、このデータから中国３大乳業メーカーは、中国企業の中でも相当に宣伝広告に注力していることがわかる。

背景には乳製品市場の競争が激しくなり、商品自体での差別化が難しく、広告によるブランド認知度向上を目指していることがある。

### ③プロモーション手法

店頭におけるプロモーションとして多く見られるのは、試食（試飲）プロモーションである。中国の消費者は新商品が発売された際、一度味を試してみて納得できるものであったら、その後継続的に購入するとも言われており、新商品の試食（試飲）は効果的なプロモーションであると言え、大手メーカーは店舗に販売員を派遣し、試飲を実施することで、新商品などの売込を行っている。乳製品においても試食（試飲）プロモーションは頻繁に行われており、牛乳やヨーグルト、生クリーム使用して調理したケーキなどの試食(試飲)を見る事が出来る。

さらに、価格ディスカウントによる値引き販売もポピュラーな販促手法であり、目玉商品として既存の人気商品を割引するケースだけでなく、新商品の取り扱いを開始し、一定期間が経った後に売れ行きが悪かった場合に、値引き販売を行なうことで売上増を図るケースもある。

**■店舗での試飲・試食風景**

チルド牛乳の試飲

生クリームの試食

聯華超市（CenturyMart）では、チラシを会員への郵送や近隣住居へのポスティング、店頭での配布などが行なっている。

また、日系企業の上海アピタ※では、店内にチラシを用意し、季節に合わせた特集や、フェアの案内を行っている。また、日々の特売品を案内し、来店頻度を高めるようにしている。洋食フェアの中では、プレジデントのチーズと生クリームを案内している。その他、精選特売として、明治ブルガリアヨーグルト（400ｇ）やダノンのプラカップタイプヨーグルトを掲載し、日替わりの特売品に明治ブランドの牛乳（950ml）を掲載している。乳製品を集客商品と位置付けていることが分かる。

※ 傘下の優友（上海）商貿公司を通じて「アピタ上海金虹橋店」を運営していたユニー・ファミリーマートホールディングスは、香港投資会社の聯志投資公司へ同店を売却し中国本土のスーパー事業から撤退すると 2016 年 12 月に発表した。

■上海アピタ（金虹橋店）チラシ

＝乳製品

## ４．牛乳・乳製品の輸入に関するラベル・表示等の規制

### （１）ラベル表示に関する規制

#### ①法律によって定められた表示事項

包装済食品は中国語ラベルと中国語の説明書が必要（「食品安全法」に基づく）。

食品ラベルは「包装済食品ラベル通則」（GB7718-2011、国家強制基準）を満たすこと。

消費者に直接配送される包装済み食品の表示には、食品名、材料リスト、正味重量および構成、製造者や流通業者の名称、所在地、および連絡先情報、製造日および保管可能期間、保管条件、食品製造免許番号、製品基準コード、ならびに表示を要する他の内容が含まれる必要がある。

| 表示項目 | 概略内容 |
|---|---|
| 食品名 | ・食品の固有名称は表示中の目立つ場所に提示し、食品の真実の性質を明瞭に示すこと。<br>・名称の１つが同一の表示パネルに示されている場合、「造語」や「独創的な語」、「翻訳語」による名称、「商標名」、「民俗的名称」、または「登録商標」を使用が可能。<br>・食品の性質および物理的条件、または食品の調整方法に関して消費者の誤解や混乱を避けるため、ラベルの食品名の前または後に、必要に応じて乾燥、濃縮、還元、くんせい、油で揚げた、粉末状、粒状などの語句を追加して記載する必要がある。 |
| 材料リスト | ・包装済み食品の表示には、材料リストを明記する必要がある。材料リスト中の材料は固有名称を用い、食品添加物は GB 2760 に従って一般名で明記しなければならない。 |
| 材料の量的表示 | ・価値や特徴のある素材または成分の存在または添加を食品表示で強調する場合、製造時に添加した際の比率または強調する成分の含有量を記載すること。<br>・素材または成分の含有量が低いことを食品表示で強調する場合、最終製品における比率を記載すること。<br>・食品名の中での特定材料または成分の記載自体は、強調には当たらない。 |

| 表示項目 | 概略内容 |
| --- | --- |
| 正味重量および構成 | ・正味重量の記載は、正味重量、数字、公的測定単位を用いること。<br>・食品の正味重量および名称は包装（容器）の同一表示パネルに記載すること。<br>・固体食品が液体中に入り固体食品が主原料の場合、正味内容量の記載に加え、固体のみの内容量も重量または比率で記載すること。<br>・小単位の包装済み食品を収容した包装済み食品の場合、キャンディ、小袋入りクッキー、袋入り砂糖漬け果実などの内部包装食品が個別に販売されない場合を除き、正味重量の記載に加えて構成※についても外部包装に記載しなければならない。<br>・構成※に関する記載は、包装済み食品の正味重量および内部の個包装食品単位数、または内部の個包装食品単位数のみから成り、「構成」という語は記載しなくともよい。内部包装を含まない包装済み食品の場合、構成とは正味重量を意味する。<br>※構成とは、包装済み食品が 2 つ以上の包装済み食品を有する場合における、全正味重量と包装単位との関連の説明を意味する。 |
| 製造者および流通業者の名称、所在地、および連絡先情報 | ・製造者の名称、所在地、および連絡先情報を記載すること。製造者の名称および所在地は法に従って登録されたもので、製造者は製品の安全性および品質に責任を負うこと。<br>・法により独立した法定責任を負う製造者または流通業者の連絡先情報は、少なくとも、電話番号、ファックス番号、ウェブ上の連絡先情報など、または郵便番号および所在地の 1 つを記載すること。<br>・包装済み輸入食品は、原産国または地域（香港、マカオ、または台湾）、および中華人民共和国で登録された代理業者、輸入者、または流通業者の名称、所在地、および連絡先情報を記載すること。製造者の名称、所在地、および連絡先情報は記載しなくてもよい。 |
| 日付表示 | ・製造日および保存可能期間を明瞭に記載すること。日付を包装の特定場所に提示する場合はこの特定場所を記載すること。記載日には、記載日の上への貼付、追加、修正がないこと。<br>・保存可能期間および賞味期限を記載した大きな外部包装済み食品に個包装の同一の食品単位を収容する場合、外部包装に記載した保存可能期間の日付は、個包装の食品単位の保存可能期間の最も短い日付で算出すること。外部包装に記載した製造日は、個包装の食品単位の製造日の最も早い日付、または外部包装を販売単位とした日付で算出し、個包装食品単位の製造日および保存可能期間日は外部包装に別個に記載すること。<br>・日付コードは、年、月、日の順で記載し、もしくは日付コードの記載順を明示すること。 |
| 保管条件 | ・食品を保管するための特定条件はラベルに記載すること。 |
| 食品製造免許番号 | ・食品製造免許番号を記載する必要のある包装済み食品の場合、記載形式は関連規則に従うこと。 |
| 製品基準コード | ・中国国内で製造および流通する包装済み食品（包装済み輸入食品を除く）には製品基準コードおよび決定番号を記載すること。 |

| 表示項目 | 概略内容 |
| --- | --- |
| 他の表示情報 | 食品照射：<br>・電離放射線で処理された食品のラベルには、食品名の近くに「照射食品」マークを記載すること。<br>・電離放射線で処理された材料は材料リストでその旨を明示すること。<br>遺伝子組換え食品：<br>・遺伝子組換え食品の表示は、関連法規の規則に従うこと。<br>栄養表示：<br>・特別食用の食品、ならびに乳幼児用の主食および補助食品には、食品の栄養成分および重量を記載し、記載方法は GB 13432 に従うこと。<br>・他の包装済み食品で栄養成分を記載する必要がある場合、記載方式は関連する規則基準に従うこと。 |
| 品質等級 | ・食品に関連する製品基準で品質等級が明瞭に規定されている場合、品質等級を記載すること。 |

**②中国語説明書**

包装済食品については「食品安全法」の規定に従い、中国語ラベルと中国語の説明書（食べ方・使い方の説明）が必要となる。実務においては、一部の製品は上述の中国語ラベルの内容の表示のみで中国語の説明書がない場合でも通関が許可されるケースもある。よって、「食品安全法」には規定されている以上、輸出時には運用規定を確認する必要がある。

## （２）添加物に関する規制

### ①中国における食品使用に関する食品添加物の規制

2014 年 12 月 24 日に中華人民共和国国家標準 GB2760-2014（食品安全国家標準　食品添加剤使用標準）が発布され、2015 年 5 月 24 日に施行された。

この中国の「国家標準」は、日本の「規格」「基準」に相当し、国家標準化管理委員会が管理している。中国の食品使用に関する食品添加物の規制は全て「GB2760 食品添加物の使用の標準」に記載されている。この標準は、香料、加工助剤を含む食品添加物の使用のための一般原則を定め、食品製造業者は、食品の製造において食品添加物以外の化学物質及びその他人体の健康に危害を及ぼす物質を使用してはならないとしている。また、標準には食品添加物の種類、使用範囲、用量について規定がある。

### ②乳製品に係る食品分類系統

食品添加剤の使用範囲を区分するために、GB2760-2014（食品安全国家標準　食品添加剤使用標準）にのみ適用される食品分類系統が存在する。ある食品添加剤のある食品類別への使用を許可する場合には、当該類別下の全ての類別食品への使用が認められる。但し、別途規定がある場合は除外する。乳製品に係る分類は下表の通り。

**■食品分類系統**

| 食品<br>分類番号 | 食品類別/名称 |
|---|---|
| 01.0 | 牛乳及び乳製品 |
| 01.01 | 低温殺菌牛乳、滅菌牛乳及び調製牛乳 |
| 01.02 | 発酵乳及び風味発酵乳 |
| 01.03 | 粉ミルク（加糖粉ミルクを含む）及びクリームパウダー及びその調製製品 |
| 01.04 | 練乳及びその調製製品 |
| 01.05 | クリーム（ホイップクリーム）及びその類似品 |
| 01.06 | チーズ及びプロセスチーズ及びその類似品 |
| 01.07 | 牛乳を主な配合材料とするインスタント風味食品またはその予めカットされた製品（アイスキャンディー及び風味発酵乳は含まない） |
| 01.08 | その他の乳製品（例えば、ホエイ粉、カゼインタンパク質粉末等） |

### ③食品添加剤の使用規定

食品添加剤の使用については、食品添加剤の使用規定を満たしていなければならない。食品添加剤の使用規定は、食品添加剤の使用が認められる品種、使用範囲及び最大使用量または残留量について規定の他、同一機能の食品添加剤（同色の着色剤、防腐剤、抗酸化剤）を混ぜ合わせて使用する場合には、それぞれの使用量のその最大使用量に占める割合が 1 を超えてはならないこと、各種食品において、生産の必要性から適量を使用できる食品添加剤についての規定などが示されている。

前述の「食品分類系統」で「01.0」～「01.08」の乳製品に係る食品添加剤の使用（または残留）が認められる品種については、以下が挙げられる。

| |
|---|
| β-アポ-8'-カロテナール、プロピレングリコール脂肪酸エステル、タラゴム、モノ、ダイグリセリド(オレイン酸、リノール酸、パルミチン酸、ベヘン酸、ステアリン酸、ラウリン酸、リノレン)、N-[N-（3、3-ジメチルブチル基）]-L-α-アスパラギン-L-フェニルアラニン 1-メチル、リコピン、グアーガム、ケイ酸カルシウム、ペクチン、アルギン酸プロパンジオールエステル、アルギン酸ナトリウム、赤米レッド、レッドイーストライス、ベニコウジ色素、β-カロチン、コハク酸モノグリセリンエステル、キサンタンゴム 、ウコン、カラメル（アンモニアを加えて生産)、カラメル（普通法)、カラメル（亜硫酸アンモニウム法)、ポリグリセリン脂肪酸エステル、ポリデキストロース、ポリオキシエチレン（20）ソルビトールモノラウレート（別名：ツウェイン 20)、ポリオキシエチレン（20）ソルビトールモノパルミテート（別名：ツウェイン 40)、ポリオキシエチレン（20）ソルビトールモノステレート（別名：ツウェイン 60)、ポリオキシエチレン（20）ソルビトールモノオレエート（別名：ツウェイン 80)、カシアガム、カラギーナン、アスコルビン酸パルミチン酸、トウガラシオレオレジン、ブリリアントブルー及びそのアルミニウムレーキ、リン酸ジヒドロ二ナトリウム、ピロリン酸ナトリウム、ピロリン酸カルシウム、リン酸ジヒドロ、リン酸ジヒドロカリウム、リン酸水素二アンモニウム、リン酸水素二カリウム、リン酸二カルシウム、リン酸三カルシウム、リン酸三カリウム、リン酸三ナトリウム、6 メタリン酸ナトリウム、トリポリリン酸ナトリウム、リン酸ジヒドロナトリウム、リン酸水素二ナトリウム、ピロリン酸四カリウム、ナトリウム一水素ピロリン酸、ポリリン酸カリウム、酸性ピロリン、リン脂質、マルチトール及びマルチトール液、ナタマイシン、タートラジン及びそのアルミニウムレーキ、ヒドロキシプロピル二デンプンリン酸エステル、水素化カルシウム、水素化カリウム、サンセットイエロー及びそのアルミニウムレーキ、溶菌酵素、ナイシン、乳酸脂肪酸グリセリンエステル、ラクチトール（別名：4-β-D ガラクトピラノシル-D-ソルビトール)、ラクターゼ、スクラロース（別名：スクラロース)、ソルビトールモノラウレート（別名：Span20)、ソルビトールモノパルミテート（別名：Span40)、ソルビトール |

モノステレート（別名：Span60)、ソルビトール無水物三ステアリン酸エステル（別名：Span65)、ソルビトール及びそのカリウム塩、ソルビトール及びソルビトール液、ジアセチル酒石酸モノ、ジグリセリンエステル、カルボキシメチルセルロースナトリウム、炭酸水素三ナトリウム（別名：セスキ炭酸ナトリウム)、アスパラギルフェニルアラニンメチル（別名：アスパルテーム)、アスパラギルフェニルアラニンメチルアセサルフェーム、ステビオシド、微結晶性セルロース、ビタミン E（dl-α-トコフェロール、d-α-トコフェロール、混合トコフェロール濃縮物)、オクチル、デカン酸グリセリンエステル、オクテニルコハク酸デンプンナトリウム、コチニールレッド、カルミン及びそのアルミニウムレーキ、アナトー（別名：ビキシン、ノルビキシン)、ルテイン、銅クロロフィリン、アセサルフェームカリウム（別名：アセサルフェーム)、異性化乳糖液、ステアロイル乳酸ナトリウム、ステアロイル乳酸カルシウム、蔗糖脂肪酸エステル

※規定添加物のリストの具体的な使用が認められる品種、使用範囲及び最大使用量または残留量内容については、記載量が多く本調査報告書では割愛する。詳細は、日本貿易振興機構（ジェトロ）ホームページにおいて、当該規制である「中華人民共和国国家標準 GB2760-2014（食品安全国家標準　食品添加剤使用標準)」の内容が日本語に仮訳されている。詳しくは下記 URL へアクセスし参照。
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/foods/pdf/ch_foodadditives.pdf

**④食品への食品添加物の表示**

食品ラベルに食品添加物を表示する際、一般消費者に馴染みのない化学式の名称を使用される場合があったため、包装食品に使用された食品添加物を表示する際に国家標準における通用名称を使用する旨を規定している。

- すべての食品添加物は、GB2760 に従って一般名を表示しなければならない。食品添加物の一般名は、当該食品添加物の固有名で表示することも、分類名で表示することもできる。また固有名と INS 番号の両方を同時に表示することもできる。
- 定型包装された食品および食品添加物は、ラベルまたは説明書に所定の項目を記載しなければならない。
- 表示は明瞭かつ容易に判別できなければならず、かつ中国語で記載されていなければならない（登録商標を除く)。

### （３）その他牛乳・乳製品に関する規制

#### ①乳幼児用に供給する主食・補助食品の表示について

乳幼児用に供給する主食・補助食品は、主な栄養成分とその含有量も明示しなければならない。乳幼児用の主食・補助食品は、主な栄養成分とその含有量も明示する必要がある。2014 年 4 月 1 日以降、中国国家質量監督検験検疫総局（国家質検総局）は「乳児用粉ミルクの輸入管理の更なる強化に関する公告」に基づき、外国製乳幼児用ミルクの中国語表示は、中国に輸入される前に商品パッケージ缶に直接印刷しなければならず、中国国内で貼付することは禁止されている。

また、改正食品安全法(第 67 条)には、乳幼児用などの特殊用途食品の栄養成分表示の義務づけが明記されている。「熱量」、「たんぱく質」、「脂質」、「炭水化物」「ナトリウム」は必ず表示しなければならない。これらの 5 項目以外の栄養成分を自主的に表示する場合、「包装済み食品栄養ラベル通則」（GB 28050-2011 又は GB 10765-2010）を参照。

#### ②乳幼児用粉ミルクのラベル表示の監督検査

「中華人民共和国食品安全法」や「食品標識管理規定」等の法律法規及び 2016 年 10 月 1 日から実施された「乳幼児用粉ミルク処方登録管理弁法」により乳幼児用粉ミルクのラベル表示を明確に規定した。しかし、乳幼児用粉ミルクのラベル表示において、製品名称、表示内容、含有量と効能訴求など法律法規の違反、基準に適合しないことは依然として際立っている。そこで、国家食品薬品監督管理総局は 2016 年 12 月、乳幼児用粉ミルクのラベル表示への監督検査を開始すると通達した（食薬監弁食監一〔2016〕168 号)。

具体的には以下の検査内容が挙げられている。

- 製品の名称：ラベル表示は真実、正確であること。
- 原料、補助材料、添加物の表示：「輸入原乳」、「国外牧場から」、「生態牧場」など不明瞭なキーワードを用いない。
- 成分表と栄養成分表の表示方法は、GB13432-2013 及び他の関連要求に従い表示。
- ラベル内容表示は食品生産許可証書番号など表示すべき事項を明記する。
- 含有量表示は、本来食品安全基準上において含有してはいけない成分を、表示に「無添加」、「不含有」などと表示してはいけない。
- 効能表示は知育、抵抗力・免疫力を高める、腸の保護など効能を示してはいけない。
- 誇大、未確認等の他の問題：ラベルに「人乳化」「母乳化」の他これに類するキーワードを使用してはならない。

中国へ輸出する国外生産企業も上述の規定を遵守する必要があり、中国の販売代理者を通じて所在地の食品薬品監督管理部門に報告すると明文化されている。

### ③乳幼児用粉ミルクの販促規制

乳幼児用粉ミルクに関しては、母乳育児を推奨することが目的で、国家衛生部「母乳代用品銷售管理弁法」により、生後 0〜6 ヶ月の乳児用粉ミルクの宣伝は明確に禁止されている。具体的にはラジオや映画、テレビ、新聞、雑誌、書籍、映像コンテンツ、電子出版物メディア全般が対象となっている。また、医療関係者の情報提供の禁止や、生産者および販売者は割引販売を禁止し、サンプルの配布なども禁止されている。

# 【調査 2】流通・物流構造調査

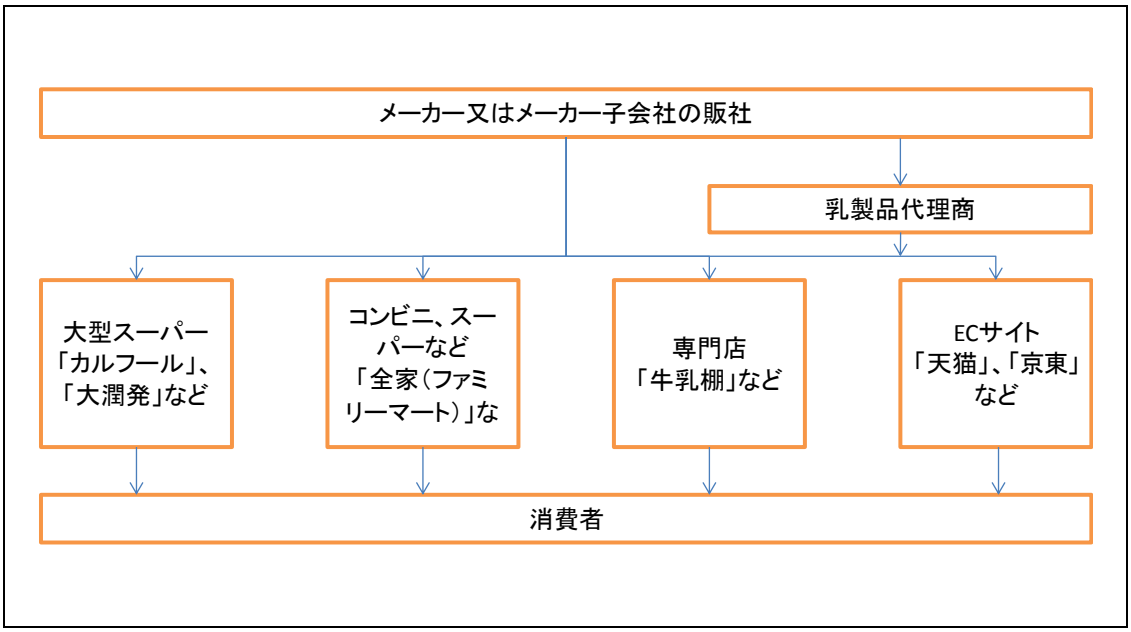
## １．物流実態

### （１）流通販売経路

#### ①国産乳製品の流通フロー

国産乳製品の中国国内における乳製品の流通は、主にメーカーとの直接取引と代理商（卸売）を介在した取引の二つに分けられる。メーカー直接取引は、大型スーパー、ECサイト、ネットスーパーなどで、代理商を介在した取引は、スーパー、コンビニ、卸売店、軽食店、ベビー用品店、ネットスーパーなどとなっている。

■国産乳製品の流通フロー




（出所：矢野経済研究所調べ）

### ②輸入乳製品の流通フロー

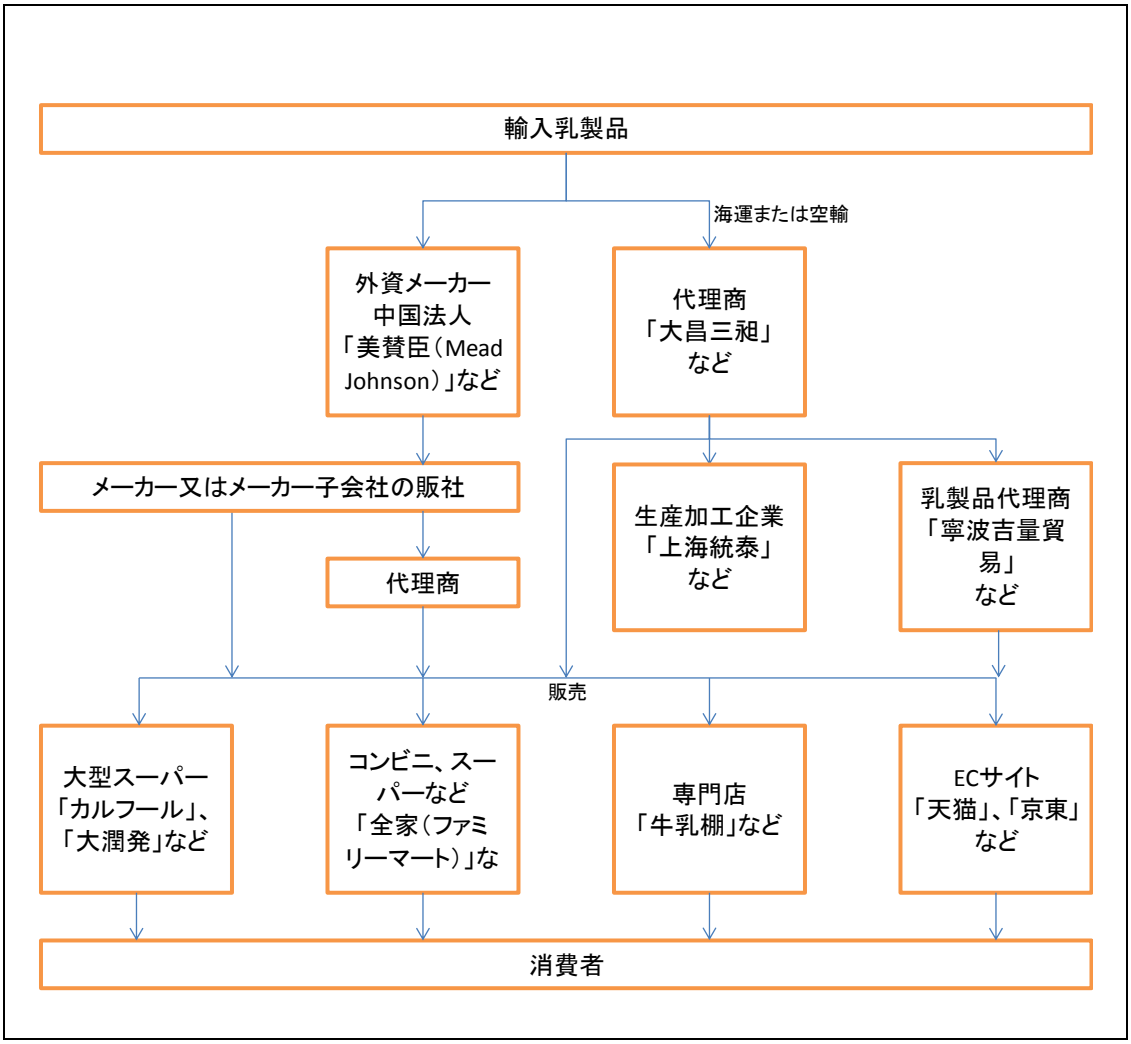
乳製品の輸入は、主に海運と空輸に分けられる。現在の中国における乳製品の輸入経路では、代理商経由のケースが最も一般的であるが、美賛臣（Mead Johnson）などの大手海外メーカーでは中国に現地法人を設立して自社商品を輸入するケースや、高夫食品のような代理商がオリジナルブランドとして商品を輸入するケースも一部で見られる。

中国における乳製品の輸入先国は、主にニュージーランド、ドイツ、オーストラリア、フランス、デンマーク、スイスなどであり、輸入製品は主に牛乳、ヨーグルト、乳幼児用粉ミルク、チーズ、バター、乳アルブミンなどとなっている。基本的に代理商は複数のブランド・輸入国の製品を中国国内の代理商として取り扱っている。

また、一部の代理商は、乳アルブミンなどの製品を輸入し、保健食品、サプリメント・プロテイン、乳幼児用粉ミルク生産メーカーに供給するケースも見られる。

中国国内の流通フローについては、国産ブランドと基本的に同じものとなる（但し、輸入乳製品の専門店での販売ルートは少ない）。

**■輸入乳製品の流通フロー**




（出所：矢野経済研究所調べ）

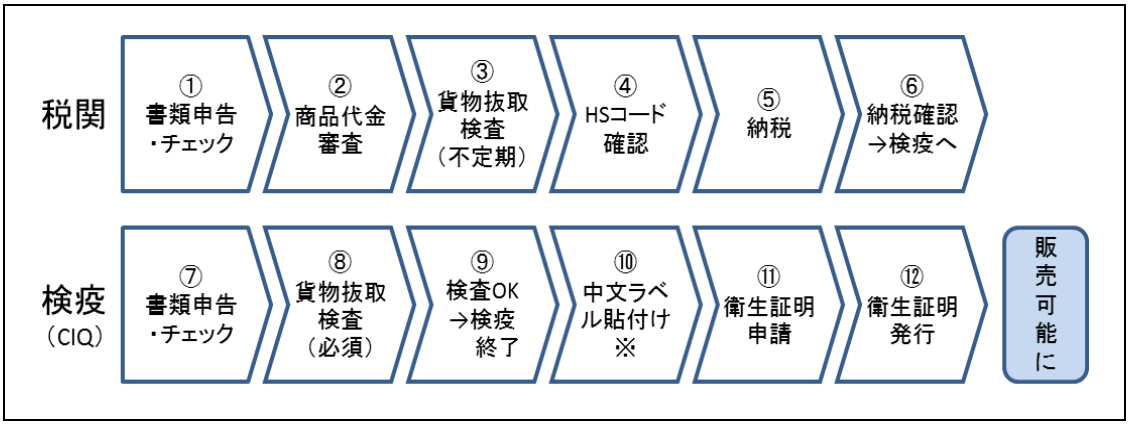
### ③通関と検疫のフロー

中国は通関に時間がかかる。輸入をする前にラベルやパッケージの審査を中国の税関当局に受けなくてはならず、審査が終了するまで 1 か月以上かかると言われている。その後、通関手続きで 4～5 日、CIQ（検疫局）の検査が最低で 3 週間かかると言われていることから、中国へ初めて食品を輸出する際には 2 か月以上かかる。

輸出実績がある場合は、税関に関しては場合によって期間が短縮されるケースもあるが、CIQ の検査期間は縮まらない（例外的な事例として鮮魚に関しては通関が半日で通るケースもある）。

ニュージーランドの超高温加熱処理法（UHT 法）の牛乳の輸入事例では、税関の審査・検査、証明書発行などの時間がかかることもあり、生産から販売までに 3～4 ヶ月程度が必要とされている。日本も同様に、生産国の日本から中国へ輸送する時間も必要となるため、一定の賞味期限がある商品である必要がある。

**■輸入に際しての一般的な手続き**




（出所：ジェトロ資料より抜粋）

※乳幼児用粉ミルクは、外国製乳幼児用粉ミルクの中国語表示において、中国に輸入される前に商品パッケージ缶に直接印刷しなければならず、中国国内で貼付することは中国国家品質監督検査検疫総局（国家質検総局）により禁止されている。

### ④中国の主な小売業態

中国では、主に以下のような食品を扱うスーパーの小売業態がある。

| 小売業態 | 概要 |
|---|---|
| ハイパーマーケット<br>（大型超市） | 食料品の他、日用雑貨、衣料品なども売られている。集中レジ方式であり、日本の専門の売り場ごとに決済をするGMSとは異なる。駐車場を完備し、近隣居住者を集客する無料送迎バスを運行する店舗も多い。 |
| スーパーマーケット<br>（超市） | 住宅地を中心に立地し、食料品の日常買いを満たす。日本の住宅地にあるスーパーに比べて、生鮮品の扱いは少なく、加工食品が中心となる。 |
| 高級スーパー<br>（高級超市） | 中心市街地のショッピングモールに出店しているケースが多い。有機栽培された農産物の他、輸入食品を多く扱い、価格単価が高い。 |

※カッコ内は中国語による表記

その他、ホールセール業態やコンビニエンスストアでも食品及び乳製品の取扱いがある。コンビニエンスストアにおいては日系のセブンイレブン（7-11）やローソン（羅森）、ファミリーマート（全家）も店舗数を増やしている。また、近年はネット通販による食料品の販売も存在感を増している。

上海における主要な食品小売店として、以下の企業（ブランド）が挙げられる。

**■ハイパーマーケット**

| 名称 | 企業国籍 | 概要 |
|---|---|---|
| 華聯吉買盛超市<br>GMS | 中国 | 百聯集団のブランド。1万㎡程度の大型標準店の他、4千㎡程度の生鮮を充実させた店舗も展開。 |
| 世紀聯華超市<br>CenturyMart | 中国 | 百聯集団のハイパーマーケット業態ブランド。また、コンビニの「快客（Quick）」も展開。 |
| 大潤髪超市<br>RT-MART | 台湾 | 1997年に中国市場参入。中国の5エリアごとに市場戦略部門を設置し、現地化を図った。 |
| 易買得超市<br>E-MART | 韓国 | 韓国新世界集団。韓国最大の小売企業。 |
| 易初蓮花超市<br>LOTUS | タイ国 | タイの正大集団（CPグループ）。 |
| 家楽福超市<br>Carrefour | 欧米系<br>（フランス） | 1995年に中国市場に参入。上海市内に29店舗展開。中国小売ランキング2位（2013年）。 |
| 欧尚超市<br>Auchan | 欧米系<br>（フランス） | フランス第2位の小売企業。世界15の国・地域で展開。 |

| 名称 | 企業国籍 | 概要 |
|---|---|---|
| 楽購超市<br>TESCO | 欧米系<br>（イギリス） | 台湾の頂新国際集団の小売業態であったが、イギリスのテスコが買収し現在に至る。 |
| 沃爾瑪超市<br>Wal-Mart | 欧米系<br>（アメリカ） | 1996 年に中国広東省で 1 号店を出店して以来、中国の 140 都市で、408 店舗を運営（2012 年現在） |

**■スーパーマーケット**

| 名称 | 企業国籍 | 概要 |
|---|---|---|
| 農工商超市<br>Nong gong shang | 中国 | 上海に拠点を置く大手スーパーマーケット。傘下にコンビニ「好徳」、「可的」を有する。他に、一部にハイパーマーケットの業態も展開。 |
| 聯華<br>Lianhua | 中国 | 百聯集団のスーパーマーケット業態。 |

**■高級スーパー**

| 名称 | 企業国籍 | 概要 |
|---|---|---|
| 久光地下超市<br>HISAMITU | 香港 | 香港「そごう」のフランチャイジーである利福國際グループが、日本式百貨店として上海にオープン。日本の輸入食品などを扱う。 |
| APITA 金虹橋店 | 日本 | ユニーが展開するアピタ。総菜コーナーも設置。スーパーマーケットの他、フードコートなども併設。 |
| City Super | 香港 | 香港 4 店舗、台湾 7 店舗、上海 3 店舗を展開。輸入食品を発売し、在留外国人にも人気。 |
| 城市超市<br>CITY SHOP | 中国 | 上海市内に 10 店舗。雰囲気は日本の「明治屋」「紀伊国屋」。世界各国からの輸入食材がメイン。オフィスビル内などに出店し、主なターゲットは外国人。 |
| Ole 精品超市 | 中国 | 華潤万家零售集団の高級スーパーブランド。有機野菜や輸入食材なども扱う。 |

**■ホールセール**

| 名称 | 企業国籍 | 概要 |
|---|---|---|
| 麦徳龍超市<br>METRO | 欧米系<br>（ドイツ） | ドイツ資本のホールセール（メトロ）。中国のメトロは現在一般消費者会員に開放しハイパーマーケット業態に近い。 |

### ⑤EC サイトの取引・費用

中国にはアリババ・グループが運営する中国国内向けの個人向け EC サイトの「天猫（T-mall)」や、ウォルマート子会社で食品や日用品を中心として扱う「１号店」、家電や衣料品、文具や雑貨を強みとし、食品や日用品も扱う「京東商城」などがある。以下、「天猫」の事例で取引と費用について述べる。

「天猫」の出店の条件は、内資か外資かを問わず中国（香港、マカオ、台湾を除く）で登記された法人である必要がある。また、法人アカウントを取得し、販売ライセンス証明（販売許可証)、商品の商品登録証などを提出の上、審査を受ける必要がある。中国法人がない企業の場合、現地の販売代理店や運営代行会社と提携してパートナー名義で出店することも可能となっている。「天猫」で出店するには中国で申請し、受理されるまでの期間は２ヵ月～3 ヶ月を要する。

また、「天猫」に出店する場合も、流通小売との販売と同様に、様々な費用が発生する。

**■出店に係る費用**

| | |
|---|---|
| 保証金 | 一般消費者に被害が生じた場合に充てられる。保証金は商標登録の状態や店舗の種類よって、その支払額が違なるが、例えば、商標登録(R)マークの商品の場合 5 万元、TM マークの商品の場合 10 万元などが必要となる。 |
| 技術サポート費用 | 技術サポート料は業種により支払いが義務づけられている。ただし、この技術サポート料は年間売上が一定額以上で 50%または 100%が返納される。 |
| システム手数料 | 商品の販売額に対して手数料が生じるが、販売商品のカテゴリにより 0.5%～5%の範囲で定められており、食品の場合は 2%である。 |

（２）主要参入プレーヤーリスト

①上海で乳製品を扱う主な代理商

| 西諾迪斯食品（上海）有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海長寧区金鍾路 658 号東華科技園 | | | | | | | |
| 電話 | 021-61281820 | | 設立 | 2008/11/20 | | | | |
| URL | http://www.sinodis.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 570 万米ドル | | 企業性質 | 香港独資 | | | | |
| 仕入先国 | イタリア、フランス、オーストラリア、スイス、デンマークなど | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、ホテル、レストラン、ＥＣサイトなど | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | — | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | ○ | ﾁｰｽﾞ | ○ | 生ｸﾘｰﾑ | ○ |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | バター | | | | |

| 上海常固国際貿易有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海天山路 600 弄 1 号同達創業大厦 1504、1505 | | | | | | | |
| 電話 | 021-62415176 | | 設立 | 2008/11/20 | | | | |
| URL | — | | | | | | | |
| 資本金 | 400 万元 | | 企業性質 | 中国資本 | | | | |
| 仕入先国 | オーストラリア、ドイツ、ポルトガルなど | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、卸売等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | ○ | その他 | — | | | | |

| 大昌三昶（上海）商貿有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市閘北区梅園路 228 号企業広場 27 楼 | | | | | | | |
| 電話 | 021-60863200 | | 設立 | 2008/11/20 | | | | |
| URL | http://www.goodwellchina.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 2,025 万元 | | 企業性質 | 香港独資 | | | | |
| 仕入先国 | 米国、フランス、イタリア、ドイツ、オーストラリア等 | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、ＥＣサイト、レストラン等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | ○ | ﾁｰｽﾞ | ○ | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | 練乳、バター | | | | |

| 上海普洛欽国際貿易有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市宝山区延安西路 2633 号美麗華商務中心 C206 | | | | | | | |
| 電話 | 021-62789986 | | | 設立 | 1996/12/9 | | | |
| URL | http://prochin.com/zh/ | | | | | | | |
| 資本金 | 20 万米ドル | | | 企業性質 | オランダ独資 | | | |
| 仕入先国 | ドイツ、スイス | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、健康食品、プロテイン、乳幼児用粉ミルク等生産企業 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | ○ | その他 | ホエイタンパク質 | | | | |

| 上海高夫食品有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市宝祁路 919 号 | | | | | | | |
| 電話 | 021-68767948 | | | 設立 | 2009/7/17 | | | |
| URL | http://www.gaofufoods.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 5,000 万元 | | | 企業性質 | 中国資本 | | | |
| 仕入先国 | ニュージーランド、ドイツ | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、ホテル、レストラン、卸売等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | ○ | ﾁｰｽﾞ | ○ | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | バター | | | | |

| 上海兆宇国際貿易有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市北京東路 668 号科技京城東楼 20 | | | | | | | |
| 電話 | 021-53088855 | | | 設立 | 2008/11/10 | | | |
| URL | http://www.tng-trading.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 500 万元 | | | 企業性質 | 中国資本 | | | |
| 仕入先国 | ニュージーランド、ポーランド、オーストリア、オランダ、ドイツなど | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、卸売等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | ○ | その他 | — | | | | |

| 上海格信健康科技有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市桂箐路 15 号光通信主楼 3 楼 | | | | | | | |
| 電話 | 021-64955200 | | 設立 | 2004/4/15 | | | | |
| URL | http://www.cotion.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 1,000 万元 | | 企業性質 | 中国資本 | | | | |
| 仕入先国 | ニュージーランド | | | | | | | |
| 納品先 | 健康食品、プロテイン、乳幼児用粉ミルク等生産企業 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | — | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | ○ | その他 | — | | | | |

| 湛富食品添加剤（上海）有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市浦東新区浦東大道 2123 号竜珠広場 1904 室 | | | | | | | |
| 電話 | 021-50350473 | | 設立 | 2011/8/4 | | | | |
| URL | — | | | | | | | |
| 資本金 | 75 万米ドル | | 企業性質 | 香港独資 | | | | |
| 仕入先国 | 米国 | | | | | | | |
| 納品先 | 健康食品、プロテイン、乳幼児用粉ミルク等生産企業 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | — | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | ○ | その他 | ホエイタンパク質 | | | | |

| 上海莫利食品有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市松江区泗涇鎮九幹路 100 弄 98 号 2 幢南区（二楼） | | | | | | | |
| 電話 | 021-64802223 | | 設立 | 2006/10/25 | | | | |
| URL | http://www.molifood.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 2,500 万元 | | 企業性質 | 中国資本 | | | | |
| 仕入先国 | ドイツ、イタリア | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、ＥＣサイト、レストラン等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | ○ | 生ｸﾘｰﾑ | ○ |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | — | | | | |

| 品利（上海）食品有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市長寿路 652 号 10 号楼 308 室 | | | | | | | |
| 電話 | 021-51863006 | | | 設立 | | 2009/11/16 | | |
| URL | http://www.pinlive.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 1,000 万元 | | | 企業性質 | | 中国資本 | | |
| 仕入先国 | デンマーク、ドイツ、オーストラリア | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、卸売等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | — | | | | |

| 上海創隆国際貿易有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市肇嘉浜路 288 号中福商務楼 526 室 | | | | | | | |
| 電話 | 400-1815757 | | | 設立 | | 2009/9/28 | | |
| URL | — | | | | | | | |
| 資本金 | 500 万元 | | | 企業性質 | | 中国資本 | | |
| 仕入先国 | スペイン、米国、ウルグアイ | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、卸売等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | ○ | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | バター | | | | |

| 上海凱怡国際貿易有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海北蘇州路 1040 号茂聯大廈副楼 302 室 | | | | | | | |
| 電話 | 021-63240416 | | | 設立 | | 2009/8/25 | | |
| URL | http://www.foods1.com/company/23976/index | | | | | | | |
| 資本金 | 300 万元 | | | 企業性質 | | 中国資本 | | |
| 仕入先国 | ドイツ、オーストラリア、イタリア | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、卸売、メーカー等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | ○ |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | ○ | その他 | ホエイタンパク質 | | | | |

| 上海百吉食品有限公司、上海可迪食品有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市閔行区三魯路 3585 号浦江工業園区 A3B 幢 | | | | | | | |
| 電話 | 021-54335400 | | | 設立 | | 2000/4/10 | | |
| URL | http://www.cortti.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 2,000 万元 | | | 企業性質 | | 中国資本 | | |
| 仕入先国 | ドイツ、スペイン、ベルギー | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、卸売等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | — | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | — | | | | |

| 上海怡亜通瑞徽供応鏈管理有限公司 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市浦東新区申江路 3333 号怡亜通広場 7 楼 | | | | | | | |
| 電話 | 021-23024800 | | | 設立 | | 2013/12/23 | | |
| URL | http://www.eascs.com/ | | | | | | | |
| 資本金 | 2,100 万元 | | | 企業性質 | | 中国資本 | | |
| 仕入先国 | デンマーク等 | | | | | | | |
| 納品先 | スーパー、コンビニ、ホテル、ＥＣサイト、学校給食等 | | | | | | | |
| 取扱い | 牛乳 | ○ | ﾖｰｸﾞﾙﾄ | — | ﾁｰｽﾞ | ○ | 生ｸﾘｰﾑ | — |
| カテゴリー | 粉ﾐﾙｸ | — | その他 | — | | | | |

②上海の主な運送会社

| 中外運上海（集団）有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市福建中路 188 号 | | |
| 電話 | 021-63097800 | 設立 | 1999/5/18 |
| 資本金 | 9,443 万元 | 企業性質 | 中国資本 |

| 上海中遠国際貨運有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市東大名路 378 号 | | |
| 電話 | 021-35124777 | 設立 | 1996/7/31 |
| 資本金 | 11,400 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 敦豪全球貨運（中国）有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市黄浦区中山南路 318 号東方国際金融広場 2001 室 | | |
| 電話 | 021-23068065 | 設立 | 1998/3/25 |
| 資本金 | 750 万米ドル | 企業性質 | 香港資本 |

| 中鋼国際貨運有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 中国（上海）自由貿易試験区銀城中路 8 号 35 層 | | |
| 電話 | 021-65211251 | 設立 | 2005/1/26 |
| 資本金 | 500 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 港中旅華貿国際物流股分有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市南京西路 338 号天安中心 20 楼 | | |
| 電話 | 021-63580088 | 設立 | 1984/12/26 |
| 資本金 | 80,000 万元 | 企業性質 | 香港中国合資 |

| 振華物流集団有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海浦東新区港城路 2366 号 | | |
| 電話 | 021-51383652 | 設立 | 2006/11/8 |
| 資本金 | 11,500 万元 | 企業性質 | 中日合資 |

| 上海大微物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海外高橋冰克路 500 号 1107、1108、1109、1110 室 | | |
| 電話 | 021-58691699 | 設立 | 2005/4/13 |
| 資本金 | 500 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海亜東国際貨運有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市黄浦区延安東路 45 号工商聯大廈 16 楼 | | |
| 電話 | 021-63373488 | 設立 | 1994/10/14 |
| 資本金 | 2,200 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海遠天船務有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市普陀区上海市芝川路 205 号 | | |
| 電話 | 021-61398090 | 設立 | 2002/9/25 |
| 資本金 | 1600 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海遠天船務有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市普陀区上海市芝川路 205 号 | | |
| 電話 | 021-61398090 | 設立 | 2002/9/25 |
| 資本金 | 1,600 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海環世物流（集団）有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市楊浦区寧国路 228 号郡江国際大厦 14F-16F | | |
| 電話 | 021-61322333 | 設立 | 2011/1/21 |
| 資本金 | 10,000 万元 | 企業性質 | 内資 |

③上海の主なチルド輸送運送会社

| 上海領鮮物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市普陀区祁連山路 1035 弄 188 号 | | |
| 電話 | 021-50567887 | 設立 | 2003/6/30 |
| 資本金 | 1,000 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海鄭明現代物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市普陀区長寿路 433 弄(錦海大厦)3 号楼 19-20F | | |
| 電話 | 021-62277668 | 設立 | 2011/5/31 |
| 資本金 | 7,091 万元 | 企業性質 | 中外合資 |

| 輝源（上海）供応鏈管理有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市奉賢区広豊路 1150 号 | | |
| 電話 | 021-54845808 | 設立 | 2008/12/31 |
| 資本金 | 1,000 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海中外運冷鏈運輸有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市嘉定区江橋鎮解放島東環路 468 号 | | |
| 電話 | 021-39117111 | 設立 | 2001/9/12 |
| 資本金 | 5,296 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海源洪倉儲物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市北青公路 3890 号 | | |
| 電話 | 021-39873710 | 設立 | 2010/6/25 |
| 資本金 | 500 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海広徳物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海閔行区中春路 7001 号 D 幢 1006 室 | | |
| 電話 | 021-54155136 | 設立 | 2004/10/26 |
| 資本金 | 2,000 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海交栄冷鏈物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市閔行区都会路 2385 号, | | |
| 電話 | 021-64893700 | 設立 | 2002/4/28 |
| 資本金 | 6,000 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海衆萃物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市嘉定区馬陸鎮敬学路 75 号 2 幢 101 室 | | |
| 電話 | 021-39904218 | 設立 | 2009/10/19 |
| 資本金 | 700 万元 | 企業性質 | 内資 |

| 上海錦江国際低温物流発展有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市竜漕路 222 号 5 号楼 | | |
| 電話 | 021-64518251 | 設立 | 2006/8/28 |
| 資本金 | 11,834 | 企業性質 | 内資 |

| 上海波隆冷鏈物流有限公司 | | | |
|---|---|---|---|
| 所在地 | 上海市松江区九亭鎮中心路 550 号 | | |
| 電話 | 021-57639025 | 設立 | 2009/10/10 |
| 資本金 | 1,000 万元 | 企業性質 | 内資 |

## ２．調査対象カテゴリー商品の販売状況

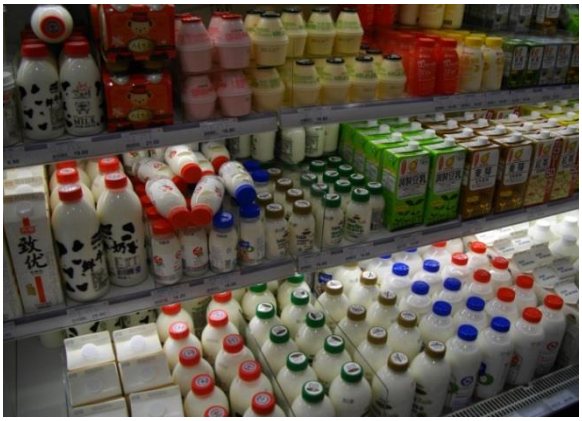
### （１）主要販売店における商品取扱い状況

#### ①APITA（金虹橋店）

ｉ．牛乳

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 朝日緑源(Asahi/日本) | 唯品無添加 | 紙パック | 950ml | チルド | 8 | 22.80 |
| | 唯品無添加 | 紙パック | 500ml | チルド | 8 | 13.50 |
| 明治醇壱(meiji/日本) | 牛乳 | 紙パック | 950ml | チルド | 7 | 22.80 |
| | 低脂肪 | 紙パック | 950ml | チルド | 4 | 20.80 |
| | 低脂肪 | 紙パック | 450ml | チルド | 5 | 10.80 |
| 延世(Yonsei/韓国) | 児童牛奶 | プラボトル | 223ml | チルド | 2 | 16.80 |
| | 児童牛奶 | プラボトル | 1L | チルド | 2 | 46.00 |
| | 牧場牛奶 | プラボトル | 223ml | チルド | 2 | 16.80 |
| | 牧場牛奶 | プラボトル | 1L | チルド | 2 | 46.00 |
| 首爾牧場(Seoul/韓国) | 高鈣奶 | プラボトル | 240ml | チルド | 2 | 16.20 |
| | 高鈣奶 | プラボトル | 1L | チルド | 2 | 25.00 |
| 鮮富来(Sunfre/韓国) | 鮮牛奶 | プラボトル | 500ml | チルド | 2 | 19.00 |
| | 鮮牛奶 | プラボトル | 1L | チルド | 2 | 25.00 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 光明（中国） | 致優 | 紙パック | 980ml | チルド | 2 | 29.90 |
| | 優倍0脂 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 20.50 |
| | 優倍王者帰来 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 10.80 |
| | 優倍王者帰来 | 紙パック | 960ml | チルド | 2 | 18.50 |
| | 鮮牛奶0脂 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 15.90 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 7.90 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 960ml | チルド | 2 | 14.80 |
| | 鮮牛奶0乳糖 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 11.70 |
| 徳運（Devondale/オーストラリア　） | 徳運部分脱脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 4 | 18.80 |
| | 徳運脱脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 4 | 18.80 |
| | 徳運全脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 18.80 |
| 徳亜（Weidendorf/ドイツ） | 徳亜全脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 6 | 18.90 |
| | 徳亜脱脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 4 | 18.90 |
| | 徳亜全脂純牛奶 | 紙パック | 200g*6 | 常温 | 9 | 31.00 |
| | 徳亜全脂純牛奶 | 紙パック | 200g*12 | 常温 | 4 | 67.90 |
| 艾美（Emmi/スイス） | 愛美瑞士牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 14 | 23.10 |
| | 愛美瑞士牛奶 | 紙パック | 250g | 常温 | 6 | 8.50 |
| 莱愛家（LAIKA/ドイツ） | 莱愛家全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 10.80 |
| | 莱愛家低脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 4 | 10.80 |
| | 莱愛家脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 1 | 10.80 |
| 荷高（Globemilk/オランダ） | 荷高超高温滅菌部分脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 4 | 21.80 |
| 康多瑞（Candori/オーストラリア） | 康多瑞脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 23.80 |
| 酷欧培（COOP/イタリア） | 酷欧培有蓋超高温殺菌全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 4 | 21.80 |
| | 酷欧培有蓋超高温殺菌脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 21.80 |



ⅱ. 発酵乳（乳酸菌飲料等含む）

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 光明（中国） | 暢優塑杯風味発酵乳香草籽 | プラカップ | 180g | チルド | 4 | 7.50 |
| | 暢優塑杯風味発酵乳（植物乳桿菌）原味 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 13.80 |
| | 暢優風味発酵乳（海塩味） | プラボトル | 280g | チルド | 4 | 7.50 |
| | 暢優風味発酵乳（原味） | プラボトル | 280g | チルド | 4 | 7.50 |
| | 暢優風味発酵乳（芒果味） | プラボトル | 280g | チルド | 4 | 7.50 |
| | 暢優風味発酵乳（草莓味） | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 16.50 |
| | 児童鍵能風味発酵乳 | プラ容器 | 100g*6 | チルド | 1 | 15.20 |
| | 紅棗風味発酵乳 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 1 | 13.80 |
| | 大顆粒黄桃風味酸牛奶 | プラカップ | 260g | チルド | 4 | 9.50 |
| | 風味酸牛奶（原味） | 紙パック | 490g | チルド | 4 | 9.50 |
| | 風味酸牛奶（原味） | 紙パック | 980g | チルド | 4 | 14.20 |
| 帕斯卡（Pascual/スペイン） | 帕斯卡草莓酸乳 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 3 | 27.80 |
| | 帕斯卡杏子和芒果酸乳 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 3 | 27.80 |
| | 帕斯卡希臘風情桜桃蘋果全脂酸乳 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 3 | 27.80 |
| | 帕斯卡黄桃和西番蓮果酸乳 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 3 | 27.80 |
| | 帕斯卡黒桜桃酸乳（全脂） | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 3 | 27.80 |
| 達能（DANONE/フランス） | 碧悠果吸草莓果粒風味発酵乳 | プラ容器 | 115g*6 | チルド | 1 | 20.80 |
| | 碧悠果吸熱帯水果果粒風味発酵乳 | プラ容器 | 115g*6 | チルド | 1 | 20.80 |
| | 碧悠酸牛奶原味 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 18.80 |
| | 碧悠酸牛奶原味 | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 2 | 30.50 |
| | 碧悠醇品時刻原味発酵乳 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 3 | 17.80 |
| | 碧悠醇品時刻草莓果粒発酵乳 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 1 | 18.80 |
| 優諾（Yoplait/フランス） | 優糸草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g | チルド | 3 | 9.50 |
| | 優糸草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 3 | 22.00 |
| | 優糸草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 3 | 22.00 |
| | 優糸藍莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 3 | 22.00 |
| | 珍珠奶吸草莓果粒風味酸乳 | プラカップ | 170g | チルド | 3 | 8.50 |
| | 珍珠奶吸藍莓果粒風味酸乳 | プラカップ | 170g | チルド | 3 | 8.50 |
| | 果層多草莓果粒 | プラカップ | 170g*3 | チルド | 2 | 15.00 |
| 味全（台湾） | 味全優酪乳塑杯脱脂芦薈 | プラカップ | 100g*8 | チルド | 2 | 16.80 |
| | 味全優酪乳塑杯原味 | プラカップ | 100g*8 | チルド | 2 | 16.80 |
| | 味全優酪乳塑杯草莓 | プラカップ | 180g | チルド | 2 | 5.40 |
| | 味全優酪乳塑杯草莓 | プラカップ | 180g*2 | チルド | 2 | 8.60 |
| | 味全優酪乳塑杯健康大麦 | プラカップ | 180g | チルド | 4 | 5.40 |
| | 味全優酪乳塑杯芦薈 | プラボトル | 190g | チルド | 8 | 5.20 |
| 九州乳業（Kyushunyugyou/日本） | 九州芒果+黄桃果粒発酵乳 | プラカップ | 100g*5 | チルド | 2 | 20.80 |
| | 九州新鮮杯原味発酵乳 | プラカップ | 180g | チルド | 4 | 5.80 |
| | 九州五連杯原味風味発酵乳 | プラカップ | 100g*5 | チルド | 2 | 16.50 |
| | 九州屋頂酸奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 4 | 23.80 |
| | 九州屋頂酸奶 | 紙パック | 450ml | チルド | 4 | 14.80 |
| 明治（meiji/日本） | 明治保加利亜式酸奶香滑奶油味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 21.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶香清甜四連杯 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 6 | 19.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶草莓味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 6 | 13.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶芒果味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 6 | 13.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶原味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 6 | 12.90 |
| | 明治保加利亜式酸奶草莓果肉 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 6 | 15.80 |

iii. チーズ

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 総統（Président/フランス） | 漢堡専用奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 23.90 |
| | 三明治専用奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 23.90 |
| | 郷村奶酪 | 紙パック | 125g | チルド | 3 | 39.90 |
| | 卡門塔爾奶酪 | 紙パック | 125g | チルド | 3 | 39.90 |
| | 加工奶酪 | 紙パック | 140g | チルド | 2 | 17.90 |
| | 奶酪切達風味 | 紙パック | 250g | チルド | 1 | 34.90 |
| | 安文達切糸奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 70g | チルド | 2 | 28.90 |
| | 安文達切糸奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 1 | 68.90 |
| | 鹹味易塗抹黄油 | プラスチック容器 | 250g | チルド | 2 | 54.90 |
| | 鹹味小杯装黄油 | 紙パック | 10g*6 | チルド | 2 | 12.90 |
| | 淡味小杯装黄油 | 紙パック | 10g*6 | チルド | 2 | 12.90 |
| | 鹹味黄油塊 | 紙包装 | 200g | チルド | 3 | 32.90 |
| | 淡味黄油塊 | 紙包装 | 200g | チルド | 3 | 32.90 |
| | 淡味黄油塊 | アルミ紙 | 250g | チルド | 1 | 39.90 |
| | 淡味黄油棒 | アルミ紙 | 100g | チルド | 3 | 18.90 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 水晶農場（Crystal Farms/アメリカ） | 馬蘇里拉奶酪砕 | プラ容器 | 220g | チルド | 1 | 42.00 |
| | 墨西哥奶酪砕混合装 | プラ容器 | 220g | チルド | 1 | 42.00 |
| | 帕瑪森奶酪砕 | プラ容器 | 170g | チルド | 1 | 42.00 |
| | 馬蘇里拉奶酪小吃条 | 樹脂フィルム包装 | 283g | チルド | 2 | 58.80 |
| | 馬蘇里拉奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 227g | チルド | 2 | 45.00 |
| | 盒装原味奶油奶酪 | 紙パック | 226g | チルド | 3 | 27.00 |
| | 蒙特利傑奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 41.00 |
| | 味車達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 41.00 |
| | 馬蘇里拉奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 227g | チルド | 1 | 41.00 |
| | 紐約濃味車達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 47.00 |
| | 8盎司帕瑪森奶酪粉 | プラボトル | 226g | チルド | 1 | 58.00 |
| 楽芝牛（La Vache qui rit/フランス） | 原味小三角奶酪 | 紙パック | 120g | チルド | 2 | 24.50 |
| | 牛粒酪香再制乾酪原味 | プラ容器 | 78g | チルド | 2 | 25.50 |
| | 牛粒酪香(英式、法式、原味) | プラ容器 | 78g | チルド | 2 | 25.50 |
| | 牛粒酪香披薩、培根、原味) | プラ容器 | 78g | チルド | 2 | 25.50 |
| 百吉福（MILKANA/フランス） | 棒棒奶酪（酸奶+果粒） | 樹脂フィルム包装 | 120g | チルド | 1 | 21.20 |
| | 棒棒奶酪（原味） | 紙包装 | 120g | チルド | 1 | 21.20 |
| | 成長奶酪原味 | 紙包装 | 100g | チルド | 4 | 14.50 |
| | 成長奶酪草莓 | 紙包装 | 100g | チルド | 4 | 14.50 |
| | 小三角奶酪 | 紙パック | 140g | チルド | 1 | 18.00 |
| | 芝士片 | 樹脂フィルム包装 | 100g | チルド | 1 | 18.50 |

### ⅳ. 生クリーム

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 総統（Président/フランス） | 超高温瞬時滅菌稀奶油 | 紙パック | 200g | チルド | 4 | 25.90 |
| | 超高温瞬時滅菌稀奶油 | 紙パック | 1L | チルド | 2 | 55.9 |

### ⅴ. 乳幼児用粉ミルク

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 特福芬（ドイツ/Topfer） | 特福芬有機幼児配方奶粉 3 | 紙パック | 600g | 常温 | 7 | 298.00 |
| 喜宝（HiPP/ドイツ） | 喜宝益生元系列嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 288.00 |
| | 喜宝益生元系列較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 378.00 |
| 雀巣（Nestlé/スイス） | 雀巣能恩超姐金盾 2 配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 318.00 |
| | 雀巣能恩超姐金盾 3 配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 298.00 |
| 恵氏（Wyeth/アメリカ） | 恵氏啓賦一階段奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 408.00 |
| | 恵氏啓賦二階段奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 388.00 |
| | 恵氏啓賦三階段奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 368.00 |
| 貝拉米（Bellamy's/オーストラリア） | 貝拉米有機嬰児奶粉一階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 398.00 |
| | 貝拉米有機嬰児奶粉二階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 398.00 |
| 慧智（WithMOM/韓国） | 慧智媽咪嬰児配方山羊奶粉 | スチール缶 | 750g | 常温 | 2 | 388.00 |
| | 慧智媽咪較大嬰児配方山羊奶粉 | スチール缶 | 750g | 常温 | 2 | 388.00 |
| 貝欧莱（Baby's Only Organic/アメリカ） | 貝欧莱有機較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 488.00 |
| | 貝欧莱有機幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 488.00 |

②OLE（港匯店）

ｉ.牛乳

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 朝日緑源（Asahi/日本） | 唯品無添加 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 26.90 |
| | 唯品無添加 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 16.90 |
| 明治醇壱（meiji/日本） | 牛乳 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 20.00 |
| | 牛乳 | 紙パック | 450ml | チルド | 4 | 10.00 |
| | 低脂肪 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 19.00 |
| | 低脂肪 | 紙パック | 450ml | チルド | 4 | 10.00 |
| 光明（中国） | 致優 | 紙パック | 980ml | チルド | 1 | 35.80 |
| | 優倍０脂 | 紙パック | 950ml | チルド | 1 | 23.60 |
| | 優倍王者帰来 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 10.80 |
| | 優倍王者帰来 | 紙パック | 960ml | チルド | 1 | 22.80 |
| | 優倍王者帰来 | 紙パック | 1.35l | チルド | 1 | 29.90 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 951ml | チルド | 1 | 16.00 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 500ml | チルド | 4 | 9.20 |
| 喬西牧場（JONESY'S/オーストラリア） | 全脂鮮奶 | プラボトル | 1L | チルド | 5 | 59.90 |
| 蘭維楽（ORAVIDA/ニュージーランド） | 巴氏殺菌乳 | プラボトル | 1L | チルド | 1 | 59.90 |
| 賽力特（Saliter/ドイツ） | 全脂純鮮奶 | プラボトル | 500ml | チルド | 5 | 29.80 |
| 蘭特（lactel/フランス） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 21.80 |
| | 脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 21.80 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 百吉福（MILKANA/フランス） | 部分脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 19.80 |
| | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 19.80 |
| 徳運（Devondale/オーストラリア） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 6 | 20.80 |
| | 脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 20.80 |
| 徳亜（Weidendorf/ドイツ） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 23.50 |
| | 脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 23.50 |
| 荷高（Globemilk/オランダ） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 24.80 |
| | 脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 24.00 |
| 喬西牧場（JONESY'S/オーストラリア） | 牧場全脂牛奶 | 紙パック | 250ml | 常温 | 4 | 6.90 |
| 高原之宝（中国） | 青稞牦牛奶 | 紙パック | 200ml | 常温 | 3 | 9.80 |
| 艾美（Emmi/スイス） | 瑞士全脂牛奶 | 紙パック | 250ml | 常温 | 3 | 9.50 |
| 澳牧（AUSTRALIA'S OWN/オーストラリア） | 児童成長牛奶 | 紙パック | 200ml | 常温 | 10 | 31.90 |
| 蘭諾斯（Lemnos/オーストラリア） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 17.90 |
| 安佳（Anchor/ニュージーランド） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 8 | 26.50 |
| 保利（Pauls/オーストラリア） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 17.80 |
| 牛頭牌（Cowhead/ニュージーランド） | 全脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 23.80 |

ⅱ. ヨーグルト

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 艾美（Emmi/スイス） | 粉紅葡萄柚風味発酵乳 | プラカップ | 100g | チルド | 4 | 10.80 |
| | 杏果風味発酵乳 | プラカップ | 100g | チルド | 5 | 10.80 |
| | 鳳梨風味発酵乳 | プラカップ | 100g | チルド | 5 | 10.80 |
| | 芒果風味発酵乳 | プラカップ | 100g | チルド | 4 | 10.80 |
| | 芦薈風味発酵乳 | プラカップ | 100g | チルド | 4 | 10.80 |
| | 藍莓風味発酵乳 | プラカップ | 100g | チルド | 5 | 10.80 |
| | 草莓風味発酵乳 | プラカップ | 100g | チルド | 4 | 10.80 |
| | 希臘覆盆子部分脱脂風味発酵乳 | プラカップ | 150g | チルド | 3 | 21.50 |
| | 希臘藍莓部分脱脂風味発酵乳 | プラカップ | 150g | チルド | 3 | 21.50 |
| | 希臘芒果部分脱脂風味発酵乳 | プラカップ | 150g | チルド | 2 | 21.50 |
| 卓徳低脂熱処理（zott/ドイツ） | 経典原味風味 | プラカップ | 115g*4 | チルド | 1 | 27.80 |
| | 杏味 | プラカップ | 55g*4 | チルド | 1 | 25.00 |
| | 芒果味 | プラカップ | 55g*4 | チルド | 1 | 25.00 |
| | 草莓味 | プラカップ | 55g*4 | チルド | 1 | 25.00 |
| 黒天鵝（BLACK SWAN/オーストラリア） | 原味低脂発酵乳 | プラカップ | 850g | チルド | 1 | 96.00 |
| | 希臘式発酵乳 | プラカップ | 850g | チルド | 1 | 96.00 |
| | 脱脂発酵乳 | プラカップ | 850g | チルド | 1 | 96.00 |
| 多美鮮（SUKI/中国） | 杏/菠蘿果粒脱脂酸奶 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 1 | 28.00 |
| | 草莓/覆盆子果粒脱脂酸奶 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 1 | 28.00 |
| | 藍莓果粒脱脂酸奶 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 1 | 23.00 |
| 宝利氏（Pauls/オーストラリア） | 脱脂発酵乳 | プラカップ | 200g | チルド | 4 | 26.00 |
| | 脱脂発酵乳 | プラカップ | 400g | チルド | 4 | 53.00 |
| 農夫聯盟（FARMERS UNION/オーストラリア） | 欧式酸奶 | プラカップ | 200g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 欧式酸奶 | プラカップ | 400g | チルド | 1 | 65.00 |
| | 希臘式酸奶 | プラカップ | 200g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 希臘式酸奶 | プラカップ | 400g | チルド | 1 | 65.00 |
| 喬娜（Jalna/オーストラリア） | 脱脂酸奶 | プラボトル | 500g | チルド | 1 | 78.00 |
| | 希臘風味酸奶 | プラボトル | 500g | チルド | 1 | 72.50 |
| | 香草風味酸奶 | プラボトル | 500g | チルド | 1 | 78.00 |
| 費奇（FAGE/アメリカ） | 希臘風味酸奶 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 41.80 |
| | 低脂肪 | プラカップ | 170g | チルド | 2 | 41.80 |
| | 脱脂 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 41.80 |
| | 草莓 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 41.80 |
| | 藍莓 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 41.80 |
| | 桜桃 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 41.80 |
| 優諾（Yoplait/フランス） | 優糸草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 10.50 |
| | 優糸檸檬果粒風味発酵乳 | プラカップ | 170g | チルド | 2 | 10.50 |
| | 優糸黄桃果粒風味発酵乳 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 10.50 |
| | 優糸藍莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 10.50 |
| | 優糸黄桃果粒風味発酵乳 | プラカップ | 170g*3 | チルド | 1 | 29.80 |
| | 草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 17.50 |
| | 黄桃果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 17.50 |
| | 草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 170g*3 | チルド | 1 | 26.50 |
| | 藍莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 170g*3 | チルド | 1 | 26.50 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 明治（meiji/日本） | 明治保加利亜式酸奶原味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 1 | 21.80 |
| | 明治保加利亜式草莓味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 19.80 |
| | 明治保加利亜式芦薈果肉味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 13.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶芒果味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 13.80 |
| | 明治保加利亜式純味不甜 | プラカップ | 400g | チルド | 9 | 10.80 |
| | 優漾乳酸菌飲品 | 紙パック | 450ml | チルド | 2 | 6.50 |
| | 優漾乳酸菌飲品 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 18.00 |
| 和潤（中国） | 丹麦式酸奶 | プラボトル | 1.05kg | チルド | 20 | 35.00 |
| | 日式酸奶 | プラボトル | 1.05kg | チルド | 20 | 35.00 |
| 達能（DANONE/フランス） | 碧悠核桃燕麦果粒 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 2 | 18.90 |
| | 碧悠芦薈果肉 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 1 | 18.90 |
| | 碧悠草莓果肉 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 2 | 18.90 |
| 葆尔（Bauer/ドイツ） | 草莓味 | プラカップ | 100g | チルド | 4 | 6.50 |
| 九州乳業（Kyushunyugyou/日本） | 九州屋頂酸奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 26.90 |

### iii. チーズ

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 愛氏晨曦（Arla/ドイツ） | 児童奶酪条原味 | 紙箱 | 18g*6 | チルド | 2 | 22.00 |
| | 児童奶酪条淡味 | 紙箱 | 18g*6 | チルド | 3 | 22.00 |
| 百吉福（MILKANA/フランス） | 成長奶酪香蕉味 | 紙箱 | 25g*4 | チルド | 4 | 15.50 |
| | 成長奶酪原味 | 紙箱 | 25g*4 | チルド | 2 | 18.50 |
| | 成長奶酪藍莓味 | 紙箱 | 25g*4 | チルド | 2 | 15.50 |
| | 成長奶酪巧克力味 | 紙箱 | 25g*4 | チルド | 2 | 15.50 |
| 総統（Président/フランス） | 漢堡専用奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 5.00 |
| | 三明治専用奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 23.90 |
| | 郷村奶酪 | 紙パック | 125g | チルド | 3 | 39.90 |
| | 卡門塔爾奶酪 | 紙パック | 125g | チルド | 3 | 39.90 |
| | 加工奶酪 | 紙パック | 140g | チルド | 2 | 17.90 |
| | 奶酪切達風味 | 紙パック | 250g | チルド | 1 | 34.90 |
| | 安文達切糸奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 70g | チルド | 2 | 28.90 |
| | 安文達切糸奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 1 | 68.90 |
| | 鹹味易塗抹黄油 | プラスチック容器 | 250g | チルド | 2 | 54.90 |
| | 鹹味小杯装黄油 | 紙パック | 10g*6 | チルド | 2 | 12.50 |
| | 淡味小杯装黄油 | 紙パック | 10g*6 | チルド | 2 | 12.50 |
| | 鹹味黄油塊 | 紙包装 | 200g | チルド | 2 | 33.50 |
| | 淡味黄油塊 | 紙包装 | 200g | チルド | 3 | 33.50 |
| 水晶農場（Crystal Farms/アメリカ） | 馬蘇里拉奶酪砕 | プラスチック容器 | 220g | チルド | 1 | 42.00 |
| | 墨西哥奶酪砕混合装 | プラスチック容器 | 220g | チルド | 1 | 42.00 |
| | 帕瑪森奶酪砕 | プラスチック容器 | 170g | チルド | 1 | 42.00 |
| | 馬蘇里拉奶酪小吃条 | 樹脂フィルム包装 | 283g | チルド | 2 | 58.80 |
| | 馬蘇里拉奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 227g | チルド | 2 | 45.00 |
| | 盒装原味奶油奶酪 | 紙パック | 226g | チルド | 3 | 27.00 |
| | 蒙特利傑奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 41.00 |
| | 味車達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 41.00 |
| | 馬蘇里拉奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 227g | チルド | 1 | 41.00 |
| | 紐約濃味車達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 47.00 |
| | 8盎司帕瑪森奶酪粉 | プラスティックボトル | 226g | チルド | 1 | 58.00 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 楽芝牛（La Vache qui rit/フランス） | 原味小三角奶酪 | 紙パック | 120g | チルド | 2 | 24.50 |
| | 牛粒酪香再制乾酪原味 | プラスチック容器 | 78g | チルド | 2 | 25.50 |
| | 牛粒酪香(英式、法式、原味) | プラスチック容器 | 78g | チルド | 2 | 25.50 |
| | 牛粒酪香披薩、培根、原味) | プラスチック容器 | 78g | チルド | 2 | 25.50 |
| 百吉福（MILKANA/フランス） | 棒棒奶酪（酸奶+果粒） | 樹脂フィルム包装 | 120g | チルド | 1 | 21.20 |
| | 棒棒奶酪（原味） | 紙包装 | 120g | チルド | 1 | 21.20 |
| | 成長奶酪原味 | 紙包装 | 100g | チルド | 4 | 14.50 |
| | 成長奶酪草莓 | 紙包装 | 100g | チルド | 4 | 14.50 |
| | 小三角奶酪 | 紙パック | 140g | チルド | 1 | 18.00 |
| | 芝士片 | 樹脂フィルム包装 | 100g | チルド | 1 | 18.50 |

ⅳ.生クリーム

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 総統（Président/フランス） | 超高温瞬時滅菌稀奶油 | 紙パック | 200g | チルド | 4 | 25.90 |
| | 超高温瞬時滅菌稀奶油 | 紙パック | 1L | チルド | 2 | 55.9 |

ⅴ. 乳幼児用粉ミルク

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 康宝瑞（Cambricare/ニュージーランド） | 家庭全脂奶粉 | 紙袋 | 1KG | 常温 | 1 | 228.00 |
| | 家庭脱脂奶粉 | 紙袋 | 1KG | 常温 | 1 | 228.00 |
| | 嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 328.00 |
| | 較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 318.00 |
| | 幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 318.00 |
| a2（ニュージーランド） | 高鈣速溶脱脂調製乳粉 | スチール缶 | 1KG | 常温 | 1 | 168.00 |
| | 高鈣速溶全脂調製乳粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 268.00 |
| | 嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 488.00 |
| | 較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 458.00 |
| | 幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 428.00 |
| 愛荷美（EkoBaby/オランダ） | 嬰児配方奶粉 | 紙パック | 800g | 常温 | 4 | 288.00 |
| | 較大嬰児配方奶粉 | 紙パック | 800g | 常温 | 2 | 288.00 |
| | 幼児配方奶粉 | 紙パック | 800g | 常温 | 4 | 288.00 |
| | 嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 369.00 |
| | 較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 369.00 |
| | 幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 369.00 |
| 愛他美（Aptamil/ドイツ） | 較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 4 | 218.00 |
| | 幼児配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 4 | 218.00 |
| 諾優能（Nutrilon/オランダ） | 嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 850g | 常温 | 2 | 188.00 |
| | 較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 850g | 常温 | 4 | 172.00 |
| | 幼児配方奶粉 | スチール缶 | 850g | 常温 | 2 | 172.00 |
| 佳貝艾特（Kabrita/オランダ） | 嬰児配方羊奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 3 | 428.00 |
| | 較大嬰児配方羊奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 6 | 428.00 |
| | 幼児配方羊奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 6 | 428.00 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 貝拉米（Bellamy's/オーストラリア） | 有機嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 398.00 |
| | 有機較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 398.00 |
| | 有機幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 388.00 |
| 恵氏（Wyeth/アメリカ） | 啓賦較大嬰児荷幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 408.00 |
| | 啓賦幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 389.00 |
| 雅培菁智（Eleva/アメリカ） | 有機嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 470.00 |
| | 有機較大嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 470.00 |
| | 有機幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 470.00 |
| 阿拉宝貝与我（Arla Baby & Me/デンマーク） | 有機嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 468.00 |
| | 有機幼児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 438.00 |
| 美素佳児（Friso/オランダ） | 幼児配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 6 | 358.00 |
| 海楽（Heirler/ドイツ） | 有機較大嬰児配方奶粉 | 紙パック | 600g | 常温 | 8 | 338.00 |
| 荷高（Globemilk/オランダ） | 調製乳粉 | 袋包装 | 900g | 常温 | 4 | 85.00 |
| 好健康（goodhealth/ニュージーランド） | 山羊奶粉 | スチール缶 | 400g | 常温 | 2 | 396.00 |
| 喜宝（HiPP/ドイツ） | 嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 9 | 319.00 |

③Carrefour（江橋万達店）

ｉ.牛乳

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 味全（台湾） | 鮮牛奶 | 紙パック | 500ml | チルド | 3 | 10.50 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 4 | 18.90 |
| | 燕麦穀粒牛奶 | 紙パック | 400ml | チルド | 6 | 6.80 |
| | 燕麦穀粒牛奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 6 | 13.90 |
| | 紫米紅豆 | 紙パック | 950ml | チルド | 6 | 13.90 |
| 千島湖（中国） | 牧場牛奶 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 10.80 |
| 明治（meiji/日本） | 醇壱牛乳 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 20.80 |
| | 醇壱低脂肪 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 18.80 |
| | 醇壱低脂肪 | 紙パック | 450ml | チルド | 3 | 10.80 |
| 延世（Yonsei/韓国） | 牧場牛奶 | プラボトル | 1L | チルド | 2 | 46.00 |
| 光明（中国） | 致優 | 紙パック | 960ml | チルド | 3 | 28.90 |
| | 優倍王者帰来 | 紙パック | 960ml | チルド | 4 | 17.60 |
| | 優倍０脂 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 18.90 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 7.20 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 980ml | チルド | 3 | 13.20 |
| | ０脂肪鮮牛奶 | 紙パック | 980ml | チルド | 3 | 13.20 |
| | 淳鮮牛奶 | プラ樽 | 1000ml | チルド | 4 | 19.80 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 徳運（Devondale/オーストラリア） | 徳運脱脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 16.80 |
| 徳亜（Weidendorf/ドイツ） | 徳亜全脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 12.80 |
| | 徳亜低脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 12.80 |
| 艾美（Emmi/スイス） | 愛美瑞士牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 22.50 |
| | 艾美瑞士牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 22.50 |
| 多美鮮（SUKI/中国） | 多美鮮脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 10.90 |
| | 多美鮮低脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 10.90 |
| | 多美鮮全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 7.90 |
| 蘭特（lactel/フランス） | 蘭特低脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 15.80 |
| | 蘭特脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 15.80 |
| 得楽思（DelLeche/フランス） | 得楽思低脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 10.80 |
| | 得楽思全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 10.80 |
| 愛氏（Arla/ドイツ） | 愛氏晨曦全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 15.80 |
| | 愛氏晨曦脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 3 | 15.80 |
| 保利（Pauls/オーストラリア） | 保利低脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 9.90 |
| 安佳（Anchor/ニュージーランド） | 安佳脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 23.00 |

ⅱ. ヨーグルト

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 光明（中国） | 暢優 100g 優酪乳発酵乳（原味） | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 1 | 23.50 |
| | 暢優 100g 優酪乳発酵乳（草莓） | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 1 | 15.90 |
| | 暢優 100g 優酪乳発酵乳（複合莓） | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 2 | 16.90 |
| | 暢優風味発酵乳（原味） | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 13.70 |
| | 暢優風味発酵乳（海塩味） | プラボトル | 280g | チルド | 6 | 6.80 |
| | 暢優風味発酵乳（原味） | プラボトル | 280g | チルド | 4 | 7.50 |
| | 100g 鍵能優酪乳発酵乳草莓味 | プラ容器 | 100g*6 | チルド | 2 | 14.20 |
| | E*紅棗風味酸牛奶八連杯 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 1 | 12.60 |
| | 草莓果粒酸奶 | プラ容器 | 260g | チルド | 3 | 8.80 |
| | 芦薈酸奶 | 紙パック | 450g | チルド | 3 | 13.70 |
| | 芦薈酸奶六連杯 | プラ容器 | 125g*6 | チルド | 3 | 20.50 |
| | 無蔗糖風味発酵乳 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 15.10 |
| | 無蔗糖風味発酵乳 | 紙パック | 950g | チルド | 6 | 13.90 |
| | 原味風味発酵乳 | 紙パック | 950g | チルド | 5 | 13.90 |
| | 1911 原酪酸牛奶 | プラ容器 | 160g | チルド | 6 | 5.00 |
| | 如実無添加発酵乳 | プラ容器 | 135g | チルド | 5 | 7.60 |
| | 如実無添加発酵乳 | プラ容器 | 135g*4 | チルド | 1 | 20.70 |
| | 健能風味発酵乳優酪乳 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 23.50 |
| | 100g 賞味骼乳風味発酵乳（複合莓） | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 3 | 16.90 |
| | 101g 賞味骼乳風味発酵乳（原味） | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 3 | 16.90 |
| | 如実無添加発酵乳 | プラ容器 | 135g*3 | チルド | 1 | 20.70 |
| 伊利（中国） | 巧克力豆藍莓風味発酵乳 | プラ容器 | 220g | チルド | 3 | 9.90 |
| | 風味発酵乳芦薈葡萄 | プラ容器 | 260g | チルド | 3 | 6.90 |
| | 紅棗風味発酵乳 | プラ容器 | 260g | チルド | 3 | 5.90 |
| | 紅棗桶装酸奶 | プラ容器 | 450g | チルド | 4 | 6.20 |
| | 原味杯装酸奶 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 7.80 |
| | 紅棗風味発酵乳 | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 3 | 26.80 |
| 達能（DANONE/フランス） | 益消酸牛奶原味 | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 7 | 24.80 |
| | 碧悠風味発酵乳原味 | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 15 | 23.10 |
| | 碧悠芦薈葡萄果吸 | プラ容器 | 115g | チルド | 1 | 16.90 |
| | 碧悠混合莓果果粒果吸 | プラ容器 | 115g | チルド | 1 | 16.90 |
| | 熱帯水果果粒果吸 | プラ容器 | 115g | チルド | 1 | 16.90 |
| | 草莓果粒果吸 | プラ容器 | 115g | チルド | 1 | 16.90 |
| 優諾（Yoplait/フランス） | 優糸草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 19.90 |
| | 優糸藍莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 19.90 |
| | 優糸熱帯椰風風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 19.90 |
| | 優糸清檸檬風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 19.90 |
| | 優糸原味風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 19.90 |
| | 優糸黄桃果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 24.00 |
| | 果層多混合莓果風味酸乳 | プラカップ | 100g*3 | チルド | 1 | 13.90 |
| | 原味風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 1 | 19.90 |
| | 清香檸檬風味発酵乳 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 8.50 |
| | 珍珠奶吸藍莓果粒風味酸乳 | プラカップ | 170g | チルド | 1 | 8.80 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 味全（台湾） | 優酪乳鳳梨味 | プラカップ | 180g*4 | チルド | 2 | 19.60 |
| | （草莓）高杯優酪乳風味発酵乳 | プラカップ | 180g*4 | チルド | 2 | 19.60 |
| | 味全優酪乳脱脂黄桃果粒 | プラカップ | 100g*8 | チルド | 2 | 19.60 |
| | 味全優酪原味 | プラカップ | 100g*16 | チルド | 2 | 22.90 |
| | 味全脱脂優酪 | プラカップ | 100g*16 | チルド | 2 | 15.90 |
| | 味全優酪乳生乳優選 | プラカップ | 230g | チルド | 2 | 6.80 |
| | （草莓）杯装優酪乳風味発酵乳 | プラカップ | 100g*8 | チルド | 2 | 15.90 |
| | 草莓優酪乳風味発酵乳 | プラカップ | 580g | チルド | 2 | 11.90 |
| 蒙牛（中国） | 蒙牛鮮果酸奶（芦薈+黄桃） | プラ容器 | 260g | チルド | 2 | 6.50 |
| | 蒙牛酸奶桑椹+椰果 | プラ容器 | 260g | チルド | 2 | 6.50 |
| | 蒙牛冠益乳黄桃果粒 | プラ容器 | 450g | チルド | 2 | 8.80 |
| | 蒙牛冠益乳酸牛奶 | プラ容器 | 250g | チルド | 3 | 5.90 |
| | 蒙牛冠益乳石榴 mei 瑰利楽冠 | プラ容器 | 250g | チルド | 2 | 7.90 |
| | 蒙牛草莓酸奶 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 1 | 12.40 |
| | 蒙牛屋頂包紅棗酸奶 | 紙パック | 950g | チルド | 4 | 14.90 |
| | 蒙牛紅棗八連杯 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 10.80 |
| | 蒙牛紅棗十六連杯 | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 2 | 21.60 |
| 卡士（中国） | 卡士原態酪乳 | プラボトル | 125g*3 | チルド | 1 | 29.60 |
| | 卡士活菌酸奶 | 紙パック | 200ml | チルド | 2 | 8.48 |
| | 卡士鮮酪乳発酵乳 | プラ容器 | 100ml*3 | チルド | 1 | 13.50 |
| | 卡士紅棗鮮酪乳発酵乳 | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 1 | 13.80 |
| | 卡士鮮酪乳藍莓三連杯 | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 1 | 16.50 |
| | 卡士紅棗鮮酪乳 | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 1 | 13.80 |
| 多美鮮（SUKI/中国） | 多美鮮全脂果粒酸奶 | プラ容器 | 120g*4 | チルド | 1 | 24.00 |
| 葆尔（Bauer/ドイツ） | 葆爾桃西脱脂酸奶 | プラ容器 | 100g | チルド | 2 | 5.60 |
| 明治（meiji/日本） | 明治保加利亜式酸奶清甜原味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 19.50 |
| | 明治保加利亜式酸奶芦薈果肉 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 15.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶原味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 5 | 12.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶芒果味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 13.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶不甜 | プラカップ | 180g | チルド | 3 | 7.10 |

### iii. チーズ

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 総統（Président/フランス） | 黄油棒 | アルミ紙 | 100g | チルド | 1 | 17.20 |
| 多美鮮（SUKI/中国） | 馬蘇里拉片状 | 樹脂フィルム包装 | 250g | チルド | 3 | 26.90 |
| | 切達奶酪片状 | 樹脂フィルム包装 | 250g | チルド | 2 | 26.90 |
| | 黄油(無塩) | アルミ紙 | 200g | チルド | 2 | 21.80 |
| | 蒙塔爾奶酪 | 紙パック | 100g | チルド | 3 | 15.50 |
| | 児童奶酪 | 紙パック | 100g | チルド | 3 | 27.90 |
| | 植物黄油 | 紙パック | 250g | チルド | 1 | 17.50 |
| | 淡味奶酪 | 紙包装 | 100g | チルド | 2 | 15.50 |
| | 分装植物黄油 | 紙包装 | 10g | チルド | 1 | 7.50 |
| | 塊状奶油奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 2 | 23.90 |
| | 手撕奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 113.2g | チルド | 1 | 19.50 |
| 光明（中国） | 乾酪馬蘇里拉味 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 20.60 |
| | 減脂肪再制乾酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 23.50 |
| 安可（Anchor/ニュージーランド） | 鹹黄油 | アルミ紙 | 100g | チルド | 2 | 14.90 |
| 凱瑞（kiri/フランス） | 奶油奶酪 | 紙包装 | 200g | チルド | 1 | 28.90 |
| 福瑞客（Frico/オランダ） | 無塩黄油 | 紙包装 | 200g | チルド | 1 | 27.90 |
| 徳運（Devondale/オーストラリア） | 黄油 | アルミ紙 | 217g | チルド | 2 | 19.50 |
| 威氏高（WESTGOLD/ニュージーランド） | 含塩黄油 | 紙包装 | 250g | チルド | 2 | 28.80 |
| 金凱利（Kerrygold/アイルランド） | 軟質塗抹黄油 | プラ容器 | 250g | チルド | 1 | 37.60 |
| 楽芝牛（La Vache qui rit/フランス） | 三明治低脂切片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 1 | 22.50 |
| 米格農場（WISCONSIN PREMIUM/アメリカ） | 馬蘇里拉乾酪 | 樹脂フィルム包装 | 220g | チルド | 1 | 34.50 |
| 卡夫（KRAFT/アメリカ） | 芝士粉 | プラボトル | 85g | チルド | 5 | 25.00 |
| 美蘭（MAINLAND/ニュージーランド） | 黄波奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 1 | 43.90 |
| 百吉福（MILKANA/フランス） | 成長奶酪 | プラ容器 | 25g*4 | チルド | 2 | 11.60 |
| | 漢堡芝士片 | 樹脂フィルム包装 | 160g | チルド | 2 | 14.00 |

ⅳ. 生クリーム

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 保利（Pauls/オーストラリア） | 原味稀奶油 | 紙パック | 250g | チルド | 2 | 28.40 |
| | 草莓味稀奶油 | 紙パック | 250g | チルド | 3 | 28.40 |

## v. 乳幼児用粉ミルク

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 雀巣（Nestlé/スイス） | 媽媽奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 168.00 |
| | 力多精（金装）1 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 180.00 |
| | 力多精（金装）2 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 176.00 |
| | 力多精（金装）3 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 170.00 |
| | 能恩 1 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 238.00 |
| | 能恩 2 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 210.00 |
| | 能恩 3 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 162.00 |
| | 幼児奶粉（12-36 個月） | スチール缶 | 1000g | 常温 | 1 | 158.00 |
| | 幼児奶粉（3-6 歳） | スチール缶 | 1000g | 常温 | 1 | 123.00 |
| | 全脂奶粉 | 樹脂フィルム包装 | 400g | 常温 | 3 | 34.90 |
| | 安骼高鈣高鉄奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 3 | 104.00 |
| | 全脂奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 99.00 |
| 皇家美素力（Frisolac PRESTIGE/オランダ） | 1 階段 | スチール缶 | 800g | 常温 | 1 | 398.00 |
| | 2 階段 | スチール缶 | 800g | 常温 | 1 | 378.00 |
| 安怡（中国） | 中老年奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 3 | 118.00 |
| 荷蘭乳牛（中国） | 多維営養奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 118.00 |
| | 中老年益生菌奶粉 | スチール缶 | 900g*2 | 常温 | 1 | 249.00 |
| | 高鈣老年配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 123.00 |
| | 老年配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 89.00 |
| 伊利（中国） | 老年配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 79.90 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 貝因美（中国） | 嬰児配方奶粉（冠軍宝貝倶楽部）1 | スチール缶 | 908g | 常温 | 2 | 236.00 |
| | 嬰児配方奶粉（冠軍宝貝倶楽部）2 | スチール缶 | 908g | 常温 | 2 | 216.00 |
| | 嬰児配方奶粉（冠軍宝貝倶楽部）3 | スチール缶 | 908g | 常温 | 2 | 179.00 |
| | 嬰児配方奶粉（冠軍宝貝倶楽部）4 | スチール缶 | 908g | 常温 | 2 | 168.00 |
| | 愛+緑愛 1 | スチール缶 | 1000g | 常温 | 4 | 335.00 |
| | 愛+緑愛 2 | スチール缶 | 1000g | 常温 | 4 | 335.00 |
| | 愛+緑愛 3 | スチール缶 | 1000g | 常温 | 4 | 325.00 |
| | 愛+金装 1 | スチール缶 | 400g | 常温 | 1 | 140.00 |
| | 愛+金装 2 | スチール缶 | 400g | 常温 | 1 | 136.00 |
| | 金装 1 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 293.00 |
| | 金装 2 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 270.00 |
| | 金装 3 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 264.00 |
| | 嬰児配方奶粉 1 | スチール缶 | 908g | 常温 | 3 | 264.00 |
| | 嬰児配方奶粉 2 | スチール缶 | 908g | 常温 | 3 | 205.00 |
| | 嬰児配方奶粉 3 | スチール缶 | 908g | 常温 | 3 | 185.00 |
| | 嬰児配方奶粉 4 | スチール缶 | 908g | 常温 | 3 | 189.00 |
| 美素佳児（Friso/オランダ） | 1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 268.00 |
| | 2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 242.00 |
| | 3 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 208.00 |
| 雅培（アメリカ Abbott） | 喜康宝 1 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 251.00 |
| | 喜康宝 2 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 248.00 |
| | 喜康宝 3 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 228.00 |

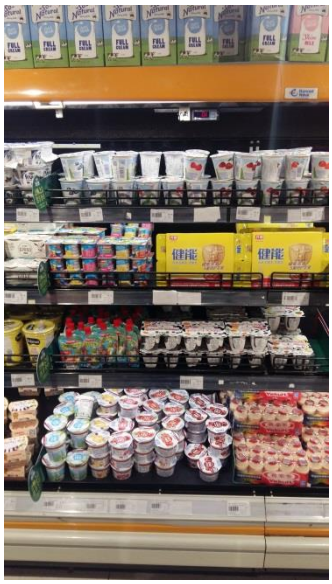
④CITY SHOP（繽谷広場店）

ⅰ.牛乳

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 蘭特（lactel/フランス） | 鮮牛奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 8 | 58.00 |
| 明治（meiji/日本） | 醇壱牛乳 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 22.80 |
| | 醇壱低脂肪 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 22.80 |
| | 醇壱低脂肪 | 紙パック | 450ml | チルド | 3 | 13.00 |
| | 醇壱牛乳 | 紙パック | 450ml | チルド | 3 | 13.00 |
| 延世（Yonsei/韓国） | 牧場牛奶 | プラボトル | 1L | チルド | 4 | 46.00 |
| 光明（中国） | 致優 | 紙パック | 960ml | チルド | 1 | 36.50 |
| | 優倍０脂 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 17.00 |
| | 優倍 | 紙パック | 500ml | チルド | 1 | 12.50 |
| 致純（中国） | 全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 30 | 18.80 |
| | 脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 25 | 18.80 |
| 荷高（Globemilk/オランダ） | 部分脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 9 | 23.80 |

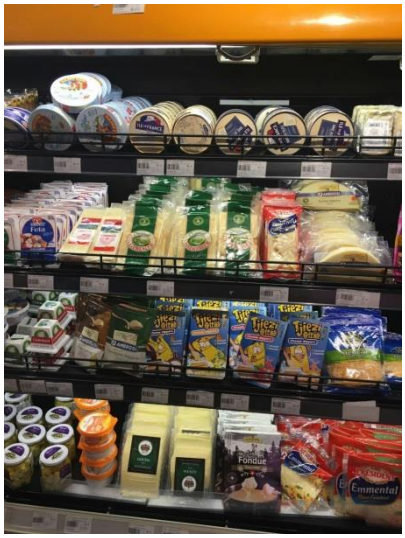
ⅱ. ヨーグルト

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 馬洛（MALO/フランス） | 原味 | プラ容器 | 125g*4 | チルド | 9 | 59.80 |
| | 石榴味 | プラ容器 | 125g*5 | チルド | 3 | 59.80 |
| | 檸檬味 | プラ容器 | 125g*6 | チルド | 3 | 59.80 |
| | 椰子味 | プラ容器 | 125g*7 | チルド | 6 | 59.80 |
| 発芽（FAGE/アメリカ） | 桃子味脱脂発酵乳 | プラ容器 | 170g | チルド | 3 | 28.00 |
| | 草莓味脱脂発酵乳 | プラ容器 | 170g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 果味脱脂発酵乳 | プラ容器 | 170g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 蜂蜜味脱脂発酵乳 | プラ容器 | 170g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 椰奶味脱脂発酵乳 | プラ容器 | 170g | チルド | 1 | 28.00 |
| | 覆盆石榴味脱脂発酵乳 | プラ容器 | 170g | チルド | 3 | 28.00 |
| | 藍莓味脱脂発酵乳 | プラ容器 | 170g | チルド | 3 | 28.00 |
| | 原味 2%脂発酵乳（緑盒） | プラ容器 | 100g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 原味 0%脂発酵乳（紅盒） | プラ容器 | 100g | チルド | 3 | 28.00 |
| | 全脂発酵乳（藍盒） | プラ容器 | 100g | チルド | 3 | 28.00 |
| | 香蕉味全脂発酵乳 | プラ容器 | 100g | チルド | 3 | 28.00 |
| | 香草味全脂発酵乳 | プラ容器 | 100g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 檸檬味全脂発酵乳 | プラ容器 | 100g | チルド | 2 | 28.00 |
| | 杏仁味全脂発酵乳 | プラ容器 | 100g | チルド | 1 | 28.00 |
| 光明（中国） | 健能風味発酵乳 | プラカップ | 100g*6 | チルド | 2 | 18.20 |
| | 原味風味発酵乳 | 紙パック | 450g | チルド | 2 | 10.80 |
| | 無蔗糖風味発酵乳 | 紙パック | 980ml | チルド | 2 | 18.50 |
| | 原味風味発酵乳 | 紙パック | 980ml | チルド | 2 | 18.50 |
| 阿曼（Ehrmann/ドイツ） | 草莓味発酵乳 | プラカップ | 150g | チルド | 2 | 19.80 |
| | 桜桃味発酵乳 | プラカップ | 151g | チルド | 3 | 19.80 |
| | 樹莓味発酵乳 | プラカップ | 152g | チルド | 3 | 19.80 |
| | 藍莓味発酵乳 | プラカップ | 153g | チルド | 2 | 19.80 |
| 明治（meiji/日本） | 優漾乳酸菌飲品 | 紙パック | 450ml | チルド | 2 | 7.60 |
| | 優漾乳酸菌飲品 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 14.60 |
| 味全（台湾） | 優酪乳原味 | プラボトル | 580g | チルド | 5 | 15.90 |



### iii. チーズ

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 威氏高（WESTGOLD/ニュージーランド） | 無塩黄油 | アルミ紙 | 250g | チルド | 2 | 29.00 |
| 安佳（Anchor/ニュージーランド） | 有塩黄油 | 紙包装 | 227g | チルド | 2 | 33.00 |
| | 無塩黄油 | 紙包装 | 227g | チルド | 2 | 17.00 |
| | 無塩黄油 | アルミ紙 | 454g | チルド | 2 | 34.00 |
| 銀宝（LURPAK/デンマーク） | 丹麦進口淡味無塩黄油 | アルミ紙 | 200g | チルド | 1 | 18.20 |
| | 丹麦進口淡味無塩牛油 | アルミ紙 | 200g | チルド | 1 | 34.50 |
| | 丹麦進口含塩鹹黄油 | アルミ紙 | 200g | チルド | 1 | 34.50 |
| | 軟黄油含塩 | プラ容器 | 250g | チルド | 2 | 38.00 |
| | 軟黄油不含塩 | プラ容器 | 250g | チルド | 1 | 38.00 |
| 総統（Président/フランス） | 無塩黄油 | アルミ紙 | 200g | チルド | 1 | 33.80 |
| | 黄油卷 | アルミ紙 | 250g | チルド | 1 | 40.30 |
| | 小金文奶酪 | 紙包装 | 125g*2 | チルド | 1 | 64.00 |
| | 三明治専用奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 24.40 |
| | 安文達塊状大孔奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 250g | チルド | 1 | 81.00 |
| 伊斯尼（Isigny Ste Mère/フランス） | 無塩黄油卷 | 樹脂フィルム包装 | 250g | チルド | 1 | 40.00 |
| | 無塩牛油塊 | 樹脂フィルム包装 | 125g | チルド | 1 | 25.00 |
| 艾伯絲（AMBROSI/イタリア） | 黄油 | 紙包装 | 250g*2 | チルド | 3 | 50.00 |
| 多美鮮（SUKI/中国） | 瑞士大孔奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 1 | 41.80 |
| 艾美（Emmi/スイス） | 淡味安文達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 2 | 73.60 |
| 百吉福（MILKANA/フランス） | 金文奶酪 | 紙パック | 125g | チルド | 1 | 27.00 |
| | 布裏奶酪 | 紙パック | 125g | チルド | 1 | 27.00 |
| 安拉（CASTELLO/デンマーク） | 丹麦必然奶酪布裏芝士 | 紙パック | 125g | チルド | 1 | 34.80 |
| | 金文布芝士 | 紙パック | 125g | チルド | 1 | 34.80 |
| 荷蘭牧場（Dutch Farms/オランダ） | 濃味車達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 227g | チルド | 1 | 30.00 |
| | 馬蘇里拉奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 227g | チルド | 1 | 30.00 |
| 水晶農場（Crystal Farms/アメリカ） | 味車達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 41.60 |
| | 馬蘇里拉奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 227g | チルド | 1 | 41.60 |
| | 紐約濃味車達奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 226g | チルド | 1 | 48.00 |



ⅳ. 生クリーム

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 安佳(Anchor/ニュージーランド) | 淡奶油 | 紙パック | 250ml | チルド | 4 | 31.50 |
| | 淡奶油 | 紙パック | 1l | チルド | 3 | 45.90 |
| 多美鮮(SUKI/中国) | 噴射型稀奶油 | 紙パック | 250g | チルド | 2 | 34.90 |

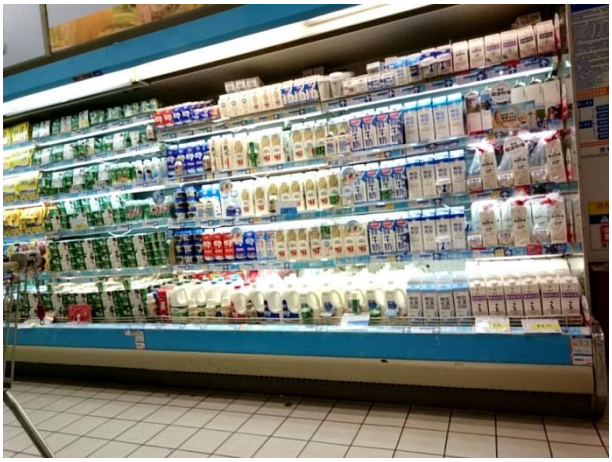
ｖ.乳幼児用粉ミルク

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 貝拉米（Bellamy's/オーストラリア） | 有機較大嬰児配方乳粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 189.00 |
| 法嬰特（fit/フランス） | 較大嬰児配方羊奶粉 | スチール缶 | 908g | 常温 | 1 | 418.00 |

⑤CenturyMart（中環百聯店）

ｉ.牛乳

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 味全（台湾） | 厳選鮮牛奶 | 紙パック | 500ml | チルド | 3 | 10.80 |
| | 厳選鮮牛奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 4 | 15.80 |
| | 燕麦穀粒牛奶 | 紙パック | 400ml | チルド | 4 | 6.80 |
| | 燕麦穀粒牛奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 4 | 11.90 |
| | 紫米紅豆牛奶 | 紙パック | 400ml | チルド | 4 | 6.80 |
| | 紫米紅豆牛奶 | 紙パック | 950ml | チルド | 4 | 11.90 |
| 明治（meiji/日本） | 醇壱牛乳 | 紙パック | 950ml | チルド | 5 | 20.80 |
| | 醇壱低脂肪 | 紙パック | 950ml | チルド | 2 | 18.80 |
| | 醇壱低脂肪 | 紙パック | 450ml | チルド | 4 | 10.80 |
| 光明（中国） | 致優 | 紙パック | 960ml | チルド | 3 | 28.90 |
| | 優倍王者帰来 | 紙パック | 960ml | チルド | 8 | 17.60 |
| | 優倍０脂 | 紙パック | 950ml | チルド | 3 | 18.90 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 500ml | チルド | 2 | 7.20 |
| | 鮮牛奶 | 紙パック | 980ml | チルド | 3 | 13.20 |
| | ０脂肪鮮牛奶 | 紙パック | 980ml | チルド | 4 | 13.20 |
| 徳亜（Weidendorf/ドイツ） | 徳亜全脂純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 8 | 19.80 |
| 莱愛家（LAIKA/ドイツ） | 莱愛家全脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 6 | 17.40 |
| 安怡（中国） | 安怡純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 15.50 |
| | 安怡脱脂牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 22.00 |
| | 安怡超高温滅菌純牛奶 | 紙パック | 1L | 常温 | 2 | 22.00 |



ii . ヨーグルト

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 光明（中国） | 健能風味発酵乳優酪乳 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 3 | 16.90 |
| | 健能（児童）風味発酵乳優酪乳 | プラ容器 | 100g*6 | チルド | 1 | 16.90 |
| | 健能（児童）風味発酵乳優酪乳 | プラ容器 | 100g*6 | チルド | 1 | 16.90 |
| | E*紅棗風味酸牛奶八連杯 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 1 | 13.20 |
| | 原味風味発酵乳 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 1 | 13.20 |
| | 100g 賞味骼乳風味発酵乳（複合莓） | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 2 | 16.90 |
| | 101g 賞味骼乳風味発酵乳（原味） | プラ容器 | 100g*3 | チルド | 2 | 16.90 |
| | 暢優風味発酵乳（原味） | プラ容器 | 100g*16 | チルド | 3 | 23.00 |
| | 暢優風味発酵乳（原味） | プラ容器 | 280g | チルド | 12 | 7.50 |
| | 芦薈風味酸牛奶四連杯 | プラ容器 | 160*4 | チルド | 3 | 19.80 |
| | 香橙燕麦風味酸牛奶四連杯 | プラ容器 | 160*4 | チルド | 2 | 19.80 |
| | 核桃燕麦風味酸牛奶四連杯 | プラ容器 | 160*4 | チルド | 2 | 20.80 |
| 伊利（中国） | 暢軽黄桃風味発酵乳 | プラボトル | 250g | チルド | 8 | 7.50 |
| | 暢軽芒果風味発酵乳 | プラボトル | 250g | チルド | 4 | 7.50 |
| | 暢軽有機風味発酵乳 | プラボトル | 250g | チルド | 3 | 8.00 |
| | 暢軽原味風味発酵乳 | プラボトル | 250g | チルド | 6 | 7.50 |
| | 暢軽核桃風味発酵乳 | プラボトル | 250g | チルド | 4 | 6.60 |
| | 大果粒風味発酵乳（黄桃+草莓） | プラカップ | 260g | チルド | 3 | 8.90 |
| | 大果粒風味発酵乳（芒果+菠蘿+椰果） | プラカップ | 260g | チルド | 1 | 8.90 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 達能（DANONE/フランス） | 碧悠風味発酵乳原味 | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 3 | 13.20 |
| 優諾（Yoplait/フランス） | 果層多混合莓果風味酸乳 | プラカップ | 100g*3 | チルド | 3 | 16.50 |
| | 優糸草莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 3 | 20.20 |
| | 優糸藍莓果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 3 | 20.20 |
| | 優糸黄桃果粒風味発酵乳 | プラカップ | 135g*3 | チルド | 3 | 20.30 |
| | 珍珠奶吸混合果粒風味酸乳 | プラカップ | 170g*3 | チルド | 1 | 18.80 |
| | 珍珠奶吸藍莓果粒風味酸乳 | プラカップ | 170g*3 | チルド | 1 | 18.80 |
| 味全（台湾） | 優酪乳健康大麦（原味） | プラカップ | 180g*4 | チルド | 4 | 16.90 |
| | 優酪乳麦香藍莓 | プラカップ | 180g*4 | チルド | 4 | 16.90 |
| | 優酪乳麦香草莓 | プラカップ | 180g*4 | チルド | 4 | 16.90 |
| | 原味麦香優酪乳四連杯 | プラカップ | 180g*4 | チルド | 5 | 16.90 |
| | 鳳梨麦香優酪乳四連杯 | プラカップ | 180g*4 | チルド | 4 | 16.90 |
| | 黄桃麦香優酪乳四連杯 | プラカップ | 180g*4 | チルド | 4 | 16.90 |
| | 優酪乳0脂肪風味発酵乳（原味） | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 15.00 |
| | 優酪乳風味発酵乳（原味） | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 4 | 15.00 |
| | 優酪乳風味発酵乳（草莓） | プラ容器 | 100g*8 | チルド | 2 | 15.00 |
| | 優酪乳風味発酵乳（芦薈） | プラボトル | 190g | チルド | 4 | 4.90 |
| | 優酪乳風味発酵乳（原味） | プラボトル | 190g | チルド | 7 | 4.90 |
| | 優酪乳風味発酵乳（草莓） | プラボトル | 190g | チルド | 2 | 4.90 |
| | 優酪乳風味発酵乳（原味） | プラボトル | 580g | チルド | 3 | 12.50 |
| | 優酪乳風味発酵乳（芦薈） | プラボトル | 580g | チルド | 3 | 12.50 |
| | 優酪乳風味発酵乳（草莓） | プラボトル | 580g | チルド | 2 | 12.50 |
| 蒙牛（中国） | 蒙牛酸奶桑椹+椰果 | プラ容器 | 260g | チルド | 5 | 5.00 |
| 明治（meiji/日本） | 明治保加利亜式酸奶蔓莓果肉 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 3 | 15.00 |
| | 明治保加利亜式酸奶芒果味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 2 | 13.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶草莓 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 7 | 13.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶清甜原味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 3 | 19.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶香滑奶油味 | プラカップ | 100g*4 | チルド | 3 | 19.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶純味不甜 | プラカップ | 400g | チルド | 2 | 16.80 |
| | 明治保加利亜式酸奶清甜原味 | プラカップ | 180g | チルド | 3 | 8.80 |

### iii. チーズ

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 百吉福（MILKANA/フランス） | 成長奶酪児童奶酪巧克力味 | プラ容器 | 56g | チルド | 2 | 5.7 |
| | 成長奶酪児童奶酪香蕉味 | プラ容器 | 56g | チルド | 3 | 5.7 |
| | 芝士片 | 樹脂フィルム包装 | 155g | チルド | 4 | 17.60 |
| | 奶酪布丁草莓味 | 樹脂フィルム包装 | 80g | チルド | 4 | 4.90 |
| | 淡味黄油 | 紙包装 | 200g | チルド | 2 | 22.80 |
| | 檸檬黄油 | 紙包装 | 80g | チルド | 4 | 4.90 |
| | 藍莓黄油 | 紙包装 | 80g | チルド | 4 | 4.90 |
| | 鹹味黄油 | 紙包装 | 200g | チルド | 2 | 22.80 |
| | 草莓成長奶酪 | 紙包装 | 100g | チルド | 4 | 13.50 |
| | 原味成長奶酪 | 紙包装 | 100g | チルド | 4 | 13.50 |
| | 巧克力成長奶酪 | 紙包装 | 100g | チルド | 4 | 13.50 |
| | 小三角奶酪 | 紙包装 | 17.5g | チルド | 3 | 15.80 |
| | 小三角草莓奶酪 | 紙包装 | 17.5g | チルド | 2 | 15.80 |
| | 棒棒奶酪（玉米味） | プラ容器 | 180g | チルド | 3 | 19.50 |
| | 棒棒奶酪（繽紛椰子味） | プラ容器 | 180g | チルド | 3 | 19.50 |
| 金凱利（Kerrygold/アイルランド） | 愛爾蘭風味黄油 | 紙包装 | 200g | チルド | 3 | 26.90 |
| | 柏林人原生乾酪 | プラ容器 | 198g | チルド | 3 | 31.50 |
| | 布拉尼城堡乾酪 | プラ容器 | 198g | チルド | 2 | 31.50 |
| 総統（Président/フランス） | （無塩）淡味黄油 | 紙包装 | 200g | チルド | 4 | 29.80 |
| | 郷村乾酪 | 紙包装 | 125g | チルド | 2 | 35.80 |
| | 田園金文乾酪 | 紙包装 | 125g | チルド | 2 | 35.80 |
| | 加工奶酪 | 紙包装 | 140g | チルド | 2 | 15.80 |
| | 馬蘇里拉披薩奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 5 | 21.50 |
| | 淡味加工奶酪片進口芝士片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 4 | 21.50 |
| | 愛曼塔芝士片奶酪片低脂乾酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 4 | 21.50 |
| | 漢堡専用奶酪片 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 4 | 21.50 |
| 多美鮮（SUKI/中国） | 欧洲淡味奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 150g | チルド | 1 | 16.90 |
| | 布裏奶酪 | 紙包装 | 125g | チルド | 2 | 54.90 |
| 必佳（Beqa/オーストラリア） | 芝士片奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 250g | チルド | 2 | 30.00 |
| | 濃味奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 250g | チルド | 3 | 40.00 |
| cheddar | 法国進口切達車打三明治芝士片奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 200g | チルド | 4 | 21.60 |
| 愛堡埃徳姆（Emborg Edam/ドイツ） | 愛堡埃徳姆切片奶酪 | 樹脂フィルム包装 | 150g | チルド | 3 | 32.80 |
| 威氏高（WESTGOLD/ニュージーランド） | NESTGOLD butter | アルミ紙 | 350g | チルド | 3 | 26.80 |

ⅳ. 生クリーム

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 総統（Président/フランス） | 超高温滅菌稀奶油 | 紙パック | 200ml | チルド | 4 | 24.90 |

ｖ.乳幼児用粉ミルク

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 雀巣（Nestlé/スイス） | 媽媽奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 155.00 |
| | 媽媽奶粉 | 紙パック | 400g | 常温 | 2 | 69.00 |
| | 能恩較大嬰児１階段（NAN　H.A） | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 330.00 |
| | 能恩較大嬰児３階段（NAN　H.A） | スチール缶 | 900g | 常温 | 6 | 280.00 |
| | 能恩金装較大嬰児１階段（NAN　GOLD） | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 238.00 |
| | 能恩金装較大嬰児２階段（NAN　GOLD） | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 208.00 |
| | 能恩金装較大嬰児３階段（NAN　GOLD） | スチール缶 | 900g | 常温 | 6 | 168.00 |
| | 能恩金装較大嬰児１階段（NAN　GOLD） | 紙パック | 400g | 常温 | 2 | 97.00 |
| | 能恩金装較大嬰児２階段（NAN　GOLD） | 紙パック | 400g | 常温 | 2 | 79.00 |
| | 能恩金装較大嬰児３階段（NAN　GOLD） | 紙パック | 400g | 常温 | 6 | 68.00 |
| | 児童奶粉（金装） | スチール缶 | 1000g | 常温 | 7 | 120.00 |
| | 安骼高鈣高鉄奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 7 | 119.00 |
| | 全脂奶粉 | 樹脂フィルム包装 | 450g | 常温 | 8 | 39.00 |
| 雅培（Abbott/アメリカ） | 菁智嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 400g | 常温 | 2 | 175.00 |
| | 菁智優純係列１階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 450.00 |
| | 菁智優純係列２階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 365.00 |
| | 菁智優純係列３階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 358.00 |
| | 小安素 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 219.00 |
| | 親体幼児奶粉系列１階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 328.00 |
| | 親体幼児奶粉系列２階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 248.00 |
| | 親体幼児奶粉系列３階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 228.00 |
| | 親護幼児奶粉系列１階段 | スチール缶 | 820g | 常温 | 1 | 329.00 |
| | 親護幼児奶粉系列２階段 | スチール缶 | 820g | 常温 | 1 | 328.00 |
| | 親護幼児奶粉系列３階段 | スチール缶 | 820g | 常温 | 1 | 309.00 |
| | 喜康素孕産婦営養配方奶粉 | プラ容器 | 800g | 常温 | 1 | 175.00 |
| | 喜康宝幼児奶粉系列１階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 268.00 |
| | 喜康力幼児奶粉系列２階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 248.00 |
| | 喜康力幼児奶粉系列３階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 228.00 |
| | 喜康宝幼児奶粉系列１階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 1 | 108.00 |
| | 喜康力幼児奶粉系列２階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 1 | 98.00 |
| 合生元（中国） | 超級金装較大嬰児配方奶粉 SUPREME2 系列階段 | 紙パック | 900g | 常温 | 1 | 360.00 |
| | 超級金装較大嬰児配方奶粉 PREMIUM 系列１階段 | 紙パック | 900g | 常温 | 2 | 290.00 |
| | 超級金装較大嬰児配方奶粉 PREMIUM 系列２階段 | 紙パック | 900g | 常温 | 2 | 288.00 |
| | 超級金装較大嬰児配方奶粉 PREMIUM 系列３階段 | 紙パック | 900g | 常温 | 2 | 278.00 |
| | 超級金装較大嬰児配方奶粉呵護系列階段　１階段 | 紙パック | 900g | 常温 | 2 | 238.00 |
| | 超級金装較大嬰児配方奶粉呵護系列階段　２階段 | 紙パック | 900g | 常温 | 2 | 228.00 |
| | 超級金装較大嬰児配方奶粉呵護系列階段　３階段 | 紙パック | 900g | 常温 | 2 | 218.00 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 荷蘭乳牛（中国） | 多維営養奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 7 | 118.00 |
| 美賛臣（MeadJohnson/アメリカ） | 荷蘭進口安児宝嬰児配方奶粉系列 3 階段 | スチール缶 | 850g | 常温 | 3 | 222.30 |
| | 港版安児宝嬰児配方奶粉系列 1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 248.00 |
| | 港版安児宝嬰児配方奶粉系列 2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 218.00 |
| | 港版安児宝嬰児配方奶粉系列 3 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 198.00 |
| | 港版安児宝嬰児配方奶粉系列 4 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 155.00 |
| | 藍臻嬰児配方奶粉系列　1 階段 | スチール缶 | 400g | 常温 | 2 | 199.00 |
| | 藍臻嬰児配方奶粉系列　2 階段 | スチール缶 | 400g | 常温 | 2 | 199.00 |
| | 藍臻嬰児配方奶粉系列　1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 448.00 |
| | 藍臻嬰児配方奶粉系列　2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 436.00 |
| | 乳蛋白部分水解嬰児配方奶粉系列 1 階段 | スチール缶 | 850g | 常温 | 1 | 379.00 |
| | 乳蛋白部分水解嬰児配方奶粉系列 2 階段 | スチール缶 | 850g | 常温 | 1 | 360.00 |
| 恵氏 S-26（Wyeth/アメリカ） | 金装膳児加嬰児配方奶粉系列 1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 228.00 |
| | 金装膳児加嬰児配方奶粉系列 2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 228.00 |
| | 金装愛児楽嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 238.00 |
| | 金装健児楽嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 228.00 |
| | 金装幼児楽嬰児配方奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 198.00 |
| | 金装愛児楽媽媽配方奶粉 | 紙パック | 350g | 常温 | 3 | 73.00 |
| | 金装健児楽嬰児配方奶粉系列 2 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 2 | 268.00 |
| | 金装嬰児楽嬰児配方奶粉系列 3 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 2 | 218.00 |
| | 金装膳児加嬰児配方奶粉系列 3 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 2 | 248.00 |
| | 金装学児楽配方奶粉系列 4 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 2 | 188.00 |
| | 鉑臻幼児楽配方奶粉系列 3 階段 | スチール缶 | 800g | 常温 | 4 | 258.00 |
| | 鉑臻健児楽配方奶粉系列 2 階段 | スチール缶 | 800g | 常温 | 1 | 298.00 |
| | 鉑臻愛児楽配方奶粉系列 1 階段 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 308.00 |
| 紐仕蘭牧場（Theland/ニュージーランド） | 麦盧卡蜂蜜配方奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 3 | 389.00 |
| | 麦盧卡蜂蜜配方奶粉（内送双層杯） | スチール缶 | 800g | 常温 | 1 | 399.00 |
| 荷冠（morny/オランダ） | 速溶全脂奶粉 | スチール缶 | 900g | 常温 | 4 | 58.00 |
| | 速溶高鈣奶粉 | スチール缶 | 900g*2 | 常温 | 1 | 238.00 |
| 伊利（中国） | 金装較大嬰児配方奶粉　0 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 136.00 |
| | 金装較大嬰児配方奶粉　1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 1 | 178.00 |
| | 金装較大嬰児配方奶粉　2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 3 | 168.00 |
| | 金装較大嬰児配方奶粉　3 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 158.00 |
| | 金装嬰児配方奶粉　1 階段 | スチール缶 | 400g | 常温 | 1 | 62.80 |
| | 金装嬰児配方奶粉　2 階段 | スチール缶 | 400g | 常温 | 1 | 59.00 |
| | 金装嬰児配方奶粉　3 階段 | スチール缶 | 400g | 常温 | 2 | 58.00 |

| ブランド名 | 商品名 | 容器形態 | 容量 | 販売温度帯 | フェース数 | 価格（元） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 光明（中国） | 高鈣多維営養強化調製乳粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 119.00 |
| | 学生高鈣高鉄 xin 営養強化調製乳粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 2 | 95.00 |
| | 中老年高鈣維生素 E 調製奶粉 | スチール缶 | 800g | 常温 | 3 | 95.00 |
| | 全脂奶粉 | 樹脂フィルム包装 | 400g | 常温 | 3 | 35.80 |
| | 中老年高鈣維生素 E 調製奶粉 | 樹脂フィルム包装 | 400g | 常温 | 2 | 18.90 |
| | 全脂甜奶粉 | 樹脂フィルム包装 | 400g | 常温 | 2 | 35.80 |
| | 高鈣奶粉 | 樹脂フィルム包装 | 400g | 常温 | 1 | 39.50 |
| 金領冠（中国） | 呵護幼児配方奶粉 1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 308.00 |
| | 呵護幼児配方奶粉 2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 288.00 |
| | 呵護幼児配方奶粉 3 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 288.00 |
| | 珍護嬰児配方奶粉 1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 398.00 |
| | 珍護嬰児配方奶粉 2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 378.00 |
| | 珍護嬰児配方奶粉 3 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 358.00 |
| | 嬰児配方奶粉　1 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 228.00 |
| | 嬰児配方奶粉　2 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 198.00 |
| | 嬰児配方奶粉　3 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 18.00 |
| | 嬰児配方奶粉　4 階段 | スチール缶 | 900g | 常温 | 2 | 168.00 |
| | 嬰児配方奶粉　1 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 1 | 84.00 |
| | 嬰児配方奶粉　2 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 1 | 78.00 |
| | 嬰児配方奶粉　3 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 1 | 69.80 |
| | 嬰児配方奶粉　4 階段 | 紙パック | 400g | 常温 | 1 | 59.90 |
| **貝因美（中国）** | 較大嬰児配方奶粉　1 階段 | 紙パック | 908g | 常温 | 1 | 249.00 |
| | 較大嬰児配方奶粉　2 階段 | 紙パック | 908g | 常温 | 2 | 229.00 |

# 【調査 3】消費者動向調査

## １．消費者の食に関する嗜好

### （１）生活スタイル

中華人民共和国（中国）はアジア大陸の東部、太平洋の西海岸に位置し、陸地面積は約960万平方キロで、ロシアとカナダに次いで世界で3番目の大きさを誇る。その為、中国は南から北へと赤道地帯、熱帯、亜熱帯、暖温帯、温帯、寒温帯という六つの温度帯に分かれている。主に大陸性モンスーン気候に属し、毎年9月から翌年の4月までは、乾燥した冷たい風がシベリアとモンゴル高原から吹くため、南北の温度差が非常に大きくなり、4月から9月までは温暖湿潤の季節風が東部と南部の海から吹いてくるため、南北の温度差は小さくなる。

中国は世界人口の約5分の1を占める世界で最も人口の多い国であり、2015年末の時点での中国大陸部の人口は13億7,462万人で、2014年末から680万人増加している。その内、都市部で生活する人は全体の56.1%にあたる7億7,116万人で、前年から2,200万人増加する一方、農村部の人口は6億346万人で1,520万人減少している。

広大な中国の移動手段は飛行機が中心となるが、鉄道、長距離バス、フェリーなどの交通網も整備されており、北京や上海といった都市部については従来からのバスやタクシーに加え、地下鉄の整備が急速に進められている。

**■都市間の交通手段**

| 交通機関 | | 内容 |
|---|---|---|
| 飛行機 | | 中国民用航空総局（中国民航）系の中国国際航空をはじめ、多くの航空会社が中国国内すべての省と自治区を網羅。 |
| 鉄道 | 青蔵鉄道 | 青海省西寧とチベットのラサを結ぶ路線。標高4,000m以上の区間が約1,000kmも続き、世界最高所の5,072mの峠を越える。 |
| | その他の鉄道 | 中国の国営鉄道の主な路線には、北京～上海間の京滬線、北京～広州間の京広線、北京～深セン～九龍間の京九線、北京～ハルピン間の京哈線などがある。列車には日本の新幹線に相当するCRH型、ノンストップ特急、特急、急行などの種類があり、座席は軟座（1等車）と硬座（2等車）に分かれている。 |
| 車 | 長距離バス | 鉄道や飛行機の路線がない地域をカバーし、安価に利用できる交通手段。最近は設備の整ったバスも増えてきている。 |
| | タクシー | 初乗り料金10元程度で利用でき、市内の移動に便利。 |
| | レンタカー | 中国のレンタカーは、主に中国在住の外国人やビジネスマンが対象。 |
| フェリー | | 広州から珠江を下り香港・尖沙咀へ、大連から渤海を渡り山東半島北岸の烟台へ就航。 |

■北京市内の交通手段

| 交通機関 | 内容 |
|---|---|
| 地下鉄 | 北京の地下鉄路線は五輪を契機に激増し、2016 年 2 月現在、1、2、4、5、6、7、8、9、10、13、14、15、S2（北京郊外鉄道/八達嶺長城経由）、八通線、昌平線、大興線、房山線、亦荘線、空港線（機場専線）の全 19 本が運航しており、今後も開発が進む予定である。路線の料金は長らく一律 2 元であったが、2014 年 12 月に新料金が導入され、6 キロ以内が 3 元、6～12 キロが 4 元、12～22 キロが 5 元、22～32 キロが 6 元、32 キロ以上は 20 キロごとに 1 元加算される運賃体系となっている。 |
| バス | 市内を網の目のように走り、郊外に放射線状に広がる約 1,000 もの路線があり、地下鉄路線のない地域への移動に便利。運賃は距離により異なる。 |
| タクシー | 初乗りは 13 元（2015 年 8 月現在）と日本の半値以下で、気軽に利用できる。最近は経済成長により、タクシーを利用する人が激増し、朝夕のラッシュ時や週末の夜は空車が皆無となり、タクシー待ちの人が行列になる。 |
| 三輪車 | 観光スポットには昔ながらの人力三輪車が走っていて、タクシー料金程度で利用できる。 |

■上海市内の交通手段

| 交通機関 | 内容 |
|---|---|
| 地下鉄 | 中心部は地下、郊外では高架を走り、正式名称は上海軌道交通。市内の主な観光スポットをカバーし、現在 14 路線が運航しており、2025 年までには 21 号線まで開通する予定である。 |
| バス | 上海のバスは発達が進んでおり、約 1,000 本近くの路線があり、1 日平均延べ 760 万人もの人がバスを利用している。市内をくまなくカバーし、上海の人々の生活に最も深く密接している。中国語で「巴士」と表記される。 |
| タクシー | 初乗り 14 元で、近年では予約や迎えに来てもらう制度が普及してきている。支払は現金か中国式プリペイドカード（地下鉄、バスにも有効）で支払う。 |
| リニアモーターカー | 上海浦東国際空港と地下鉄 2 号線との接続駅・龍陽路駅間、約 30km をおよそ 8 分で結ぶ。 |
| フェリー | 主に南浦大橋と楊浦大橋の間、黄浦江の両岸の景観スポットを走る水上交通と観光用の船で、移動よりも観光としての側面が強い。浦西はバンド、金陵東路ステーション、浦東は陸家嘴、東昌路、南浦大橋などで乗船する。 |

1980 年代の改革開放以来、経済成長とともに庶民の収入が増え、生活レベルも遥かに上がったことで、多くの家庭は以前より豊かな暮らしができるようになっている。購買力の上昇や経済成長に伴う労働力不足を解消するため、農村部から都市部へ人口を移動させたことによる都市人口の増加によって、住宅需要が一気に高まり、2002 年以降、中国の不

動産価格は高騰し、北京や上海の一部では、住宅価格が普通の世帯の年間可処分所得の20〜30倍にもなったところもあった。不動産業も急速発展し、北京や上海などの大都市に高層ビルが立ち並び、高級住宅や一軒家などのマイホーム購入においては、人気物件であれば建設計画を立てているうちに完売することも多い。

生活が豊かになったことで娯楽も増え、余暇を楽しむ人も多くなっている。娯楽施設も充実してきており、映画館やカラオケボックス、ゲームセンターやネットカフェといったエンタメ施設や、博物館や美術館、コンサートホールといった文化施設も数多い。中国人向けのビザ規制を緩める国も出てきていることから海外旅行人気も高まっており、香港や日本、タイ、韓国などアジア周辺を中心に渡航者は増加傾向にある。

中国人の余暇の過ごし方で多いのがテレビやインターネットとなっている。インターネットは急速に環境整備が進んだことで、若年層を中心に自宅のパソコンやスマホ、タブレットを用いて隙間時間にネットサーフィンをする中国人も増えている。さらに、インターネットの普及に伴い、ネット通販の利用が急速に発展している。「独身の日」と呼ばれる11月11日は、大規模なセールが行なわれ、アリババのECサイトは1日の売上が2015年で915億元、2016年は1,207億元を超えたという。

北京や上海といった都市部においては近代化が進んでおり、大型ショッピングモールや百貨店の進出が現在でも進んでいる。様々なタイプの大型商業施設がオープンしており、人気施設にはレストラン街や地下の食品売場が充実していることが共通している。近年は、特に郊外型の大型モールが増加傾向にあり、週末を中心にマイカーを所有する家族連れでにぎわっている。しかしながら、どの施設でも似たような店舗が並んでいることや、上述したネット通販の普及による、店舗の閉鎖やテナントが埋まらないケースも見られるようになっており、客足が鈍る施設も出てきている。

経済発展による富裕層の増加に伴い、富裕層をターゲットとしたサービスも増えてきている。ショッピングにおいては、ハイブランド限定商品の販売やバトラーサービスを展開する店舗、富裕層向けのプライベート展示販売会などが実施されている。食に関しては会員制のバーやサロンが増加していることや、レストランのケータリングサービスを利用して自宅でパーティーを開くことができ、中にはソムリエやサービススタッフを自宅に呼んでコース料理をサーブするサービスも見られる。

### （２）食生活の傾向、トレンドの変化

広大な中国では、各地で風俗・習慣が異なり、料理も中国全土で数十種類の地方料理が存在し、中華料理の代表格として「四大料理」や「八大料理」がある。

四大料理とは、日本で一般的に言われる北京料理、上海料理、四川料理、広東料理ではなく、広東料理、四川料理、山東料理、江蘇料理のことを指し、八大料理は、四大料理に安徽料理、湖南料理、浙江料理、福建料理を加えたものを指す（上海料理は江蘇料理を基礎にしている）。

**■四大料理の特徴**

| 名称 | 特徴 | 代表料理 |
|---|---|---|
| **広東料理** | 広東省を中心に発達した料理で、魚やえびを使った料理が多い。淡白な味付けで、フカヒレ、ツバメの巣など、材料はバラエティに富み、「食は広州から」といわれるように、へびや犬、さる、ねずみなどを食用に調理することでも広く知られている。 | 豚のあぶり焼き、酢豚、牛肉のオイスターソース炒め、等 |
| **四川料理** | 四川省の省都成都から発達した料理で、海産物が少ないことから食品の保存法に優れ、工夫をこらした調理法が発達した。また、寒さがきびしい土地柄から、唐辛子や花椒などの香辛料を多用した辛みの強い料理が多い。調理法はチリソース煮、辛し炒め、宮保という辛い炒め方、魚香という炒め方が多い。 | 麻婆豆腐、えびのチリソース、棒棒鶏(バンバンジー)、等 |
| **山東料理** | 山東省に発祥した料理で、味は塩辛く、歯ごたえはやわらかいことが特徴で、魚介や肉の臭み取りとして香辛料がよく使われるなど、香りを重視した料理である。また、海が近いことから海鮮を使った料理が多く、見た目がとても彩り豊かであるのも特徴の一つである。透明なコンソメスープ（清湯）と白く芳醇な牛乳スープ（奶湯）がよく使われ、ねぎなどを香味料に使われる。調理法は煮炒め、遠火焼き、油炒め、揚げ物などがよく用いられる。 | ナマコ料理、燕の巣のコンソメ煮込み、黄河鯉の甘酢炒め、白濁スープ、等 |
| **江蘇料理** | 東部地方に属する江南地方で発祥し、上海料理の原型になった料理である。全体としてあっさりとしたやや淡白な味付けで、季節感のある旬の素材が活かされている。また、スープを活用した風味豊かな料理が多いことも特徴である。盛り付けも美しく、彩りや形状にもこだわった料理が多くみられる。調理法は煮込み、遠火焼き、蒸し焼き、油炒めが中心。 | 塩水鴨、清湯火方、松鼠桂魚、卵シューマイ、等 |

広大な中国では、食事内容も各地で異なるが、長江を大きな境界と見なし、長江以北を北方、以南を南方と呼ぶ。北方の主食は小麦で、代表的な主食は、饅頭（日本の饅頭とは異なる）や包子、麺などである。副食より主食を第一に考え、質より量の傾向があったが、1990 年代以降、市場に出回る野菜、肉、魚介類の種類、数量が大幅に増加したことで、現在では主食第一で質より量という従来の状況も変わりつつある。

北方の伝統的な食事は、昼・夕食で副食が 1～2 品である。春～秋は野菜が比較的多く出回る一方で、冬場は寒く、白菜や大根といった限られたものしかなかった。また、北方は南方に比べ、豚肉や家禽類を多く食べ、魚や海老などの魚介類はあまり食べなかった。

中国南方の食事は北方とは対照に、主食は米で、主食は単調だが副食は比較的豊富で、昼・夕食で料理 3～4 品とスープ 1 品が一般的であり、調理法も北方より凝ったものが多い。 野菜や海産物は北方より豊富で、肉類や卵類、豆製品などもある。

味付けは全体的に北方は塩辛く、南方は甘い。ただ特殊な地域もあり、山西は酢を好み、湖南や四川、貴州の一部では唐辛子を好む。また中国人は野菜や肉類、魚類などは加熱してから食べ、一般に生では食べない。しかしながら、最近では日本の刺身や寿司も人気がある。

南北ともに朝食はお粥と漬物、油条（揚げパン）、牛乳や豆乳などを食べる程度で簡単に済ますことが多く、最近ではパンとコーヒーなど、洋風の朝食をとる人も増えている。

また、現代の中国では、核家族化が進んでいることもあり、朝食は屋台の食事ですますことも多い。中国の屋台は、品数も豊富で値段も安いため、一般的な家庭でも気軽に利用できる。よく食べられているメニューとしては、餃子や包子、ラーメン、おかゆなどがある。夕食は、家族そろって各家庭で食べることが多く、ご飯を中心として、野菜や肉、魚を炒めたものと、煮物類、スープといったものが食されている。また、中国は国土が広いため、その地域によって食事の形態が異なってくる。

2000 年以降の急速な経済発展とそれに伴う国民所得の増加により、食生活が大きく変化してきており、レトルト食品の利用や、外食産業の発展、伝統食の高級化、グルメ化といったスタイルが定着している。食の欧米化がすすみ、マクドナルドやケンタッキーといったファストフードやスターバックスなどのカフェチェーンが続々と出店され、若年層を中心に人気となっている。マクドナルドやケンタッキーなどでは、中国に合わせたメニュー開発がされており、油条やお粥、豆乳なども販売されている。

近年は若年層を中心に深夜営業の店が人気となっており、ファストフードだけでなく、火鍋やラーメン店など様々な業態で賑わいを見せている。さらに、ファストフードやレストランではデリバリーにも対応しており、利用客が増えている。また、従来中国人は冷たい食べ物をあまり好まないが、配達弁当方式を経営する業者が出始めている。

### （３）乳製品に対する近年のトレンド

中国における乳製品の市場は拡大傾向にあり、国内の大手メーカーを中心に市場が構成されている。

その中で、牛乳は中国で最も消費されている乳製品であり、健康志向を背景に牛乳を飲む習慣が定着していることから、現在も拡大が続いている。コールドチェーンが発達していなかったことや、身体を冷やす飲み物を嫌う国民性から常温の LL 牛乳が消費の中心であり、大手乳業メーカーを中心に新たな設備投資を行う動きも見られている。輸入ブランドにおいてもチルド牛乳は賞味期限の短さから対応が難しいため、LL 牛乳が中心となっている。

一方で、北京や上海など物流網が整った都市部を中心にチルド牛乳の需要も拡大傾向にある。食の多様化により、以前ほど冷たい牛乳に対して抵抗感がなくなってきていることや、メラミン事件を契機に、賞味期間が短く高価なものの方がより安全・安心という意識を持つようになったことが需要を後押ししている。

近年は低脂肪牛乳や無脂肪牛乳やオーガニック牛乳、乳糖不耐症の人でも飲めるような乳糖をカットした商品、カルシウムを強化した商品など、消費者ニーズに合わせた商品も多く販売されている。特に、子供向けにはビタミンやカルシウムなどが添加され、飲みやすいように甘くした商品やフレーバー牛乳などが販売されている。

ヨーグルトについても消費者の健康志向の高まりを背景にして需要が拡大傾向にある。中国では小分けの容器をストローで飲むドリンクタイプの商品が主流であったが、固形タイプの商品も多くなっている。近年は日持ちの良さやチルドヨーグルト並みの味や栄養を表現できるようになったことで常温ヨーグルトが人気となっている。中国人は一般的に甘いものを好むため、加糖タイプやフレーバータイプのヨーグルトが数多く販売されているが、消費者が自分で好みの果物などを入れて食べるためのプレーンタイプの商品も人気となってきている。一部では健康志向に応えるための機能を訴求したタイプの商品も発売されている。

チーズについては、もともと中国では喫食習慣がほとんどなかったものの、食の欧米化が進展し、朝食などでパンを食べる人も増えてきていることから、それに伴い消費量は増加傾向にある。また、ヨーロッパなどに旅行する機会が増え、現地でチーズを食べた人が中国に帰ってきてもチーズを食べるようになっている事も消費を後押ししている。ナチュラルチーズよりもプロセスチーズの需要が高く、スライスチーズや、子どもの間食用のキャンディチーズが人気となっている。しかしながら、チーズ売場が確保されているのは外資系のスーパーや百貨店などが主であり、中・高級価格帯のスーパーではナチュラルチーズの売り場が通常のチーズ売場とは別に設けられているケースも見られるものの、中華系スーパーの小規模店舗ではチーズの取り扱いがないことも多い。他の乳製品は国産ブランドの構成比が高い事が一般的であるが、チーズに関しては海外ブランドが中心で国産ブラ

ンドが少ないことも特徴的である。家庭用以上に需要が拡大しているのが外食における消費であり、若年層を中心にピザやハンバーガーがファストフードやレストランで人気となっている。また、ピザについては冷凍食品やスーパーの中食売場での販売なども増加傾向にある。

生クリームにおいても、食の欧米化により徐々に市場が拡大傾向にあり、一部の富裕層を中心に自宅でお菓子を作る習慣も出てきている為、生クリームの販売も増えてきているが、家庭内での使用は限定されている。業務用においてはケーキなどでの利用が増えており、スーパーや百貨店のテナントとしても洋菓子売場が多く入っていることに加え、店舗を持たないオンラインのケーキデリバリーサービスも増えてきている事から、生クリーム消費の中心は、しばらくは業務用を中心に進んでいくものと思われる。

乳幼児用粉ミルクについては需要が拡大傾向にある中、2008 年に発生したメラミン混入事件以降、消費者の不信感が強まったことで輸入品志向が高まっており、国産品が減少する一方で、オランダ産やアイルランド産、ニュージーランド産、フランス産など多くの国から輸入されている。都市部を中心としたニーズの拡大や、一人っ子政策の緩和により、2 人目の子供が生まれる家庭も増えてくることによる乳幼児人口の増加が追い風となり、需要はさらに拡大していくものと思われる。

# 【ヒアリング企業個表】