

令和 6 年度品目団体輸出力強化緊急支援事業
(令和5年度補正予算)
牛乳乳製品輸出促進関連業務

主要輸出先国及び新規輸出先国における
需要開拓に向けた市場調査・分析に係る業務

最終報告書

令和7年2月 28 日
一般社団法人日本乳業協会

本事業は、当協会と株式会社 JTB との請負契約に基づき、株式会社 JTB 及びプライマル株式会社が実施したもので、本報告書の執筆の責任は株式会社 JTB にある。

[本事業担当者]

株式会社 JTB

森川 皓哉 ビジネスソリューション事業本部 第三事業部 営業四課

プライマル株式会社

田邊 和明、脇本 貴裕、三輪 大樹

1.	調査要項	P. 3
2.	世界の牛乳生産・消費量の動向	P. 5
	1. 世界の生産・消費・輸出量推移	
	2. 生産・輸出大国の動向	
3.	対象国調査結果	P. 12
	1. シンガポール	
	1. 基本情報	
	2. 調査サマリ	
	3. 統計調査	
	4. 輸出規制調査	
	5. 消費、喫食調査	
	6. サプライチェーン調査	
	7. 現地調査	
	8. 消費者アンケート調査	
	9. 関係者ヒアリング	
	2. 台湾	
	3. 香港	
	4. マレーシア	
	5. ベトナム	
4.	総括	P. 95
	1. 総括	
	2. 日本産品の強み/弱みと輸出展開の方向性	
	3. 主要輸出先国の分析と輸出拡大に係る提言	
	1. シンガポール	
	2. 台湾	
	3. 香港	
	4. 新規輸出先国の分析と輸出に向けた提言	
	1. マレーシア	
	2. ベトナム	
参考資料	P. 104	
	用語解説	

1. 調査要項

1. 調査目的

本調査は、令和6年度品目団体輸出力強化緊急支援事業(令和5年度補正予算)を活用し、日本産牛乳乳製品の需要開拓に向けた市場調査として実施された。

日本の牛乳乳製品は、その品質の高さなどから、特にアジア圏において人気を集めている。今後、さらなる輸出拡大を図るためには、海外ニーズをとらえた戦略的なプロモーション等を行うとともに、新たな市場を開拓することが非常に重要である。

日本産牛乳乳製品の輸出拡大に資するため、対象国について詳細な調査・分析を行い、日本産牛乳の「訴求ポイント」を検討、提案することを目的に実施された。

2. 調査対象国・地域

<主要輸出先国>

- ・シンガポール
- ・台湾
- ・香港

<新規輸出先国>

- ・マレーシア
- ・ベトナム

3. 調査対象

主に牛乳を調査対象とし、調査活動の中でできる限り乳製品についても取り扱う

4. 調査期間

2024年7月～2025年1月

調査フェーズ1	: 2024年7月～2024年9月
調査フェーズ2	: 2024年10月～2024年12月
分析・まとめ	: 2024年12月～2025年1月

5. 調査方法

・既存資料の収集・分析・編集（現地、日本国内）	}	調査フェーズ1
・SNS情報収集・分析		
・現地店頭調査		
・消費者アンケート・分析（webアンケート調査）	}	調査フェーズ2
・有識者ヒアリング（業界主要事業者、所管官庁など）		

2. 世界の牛乳生産・消費量の動向

1. 世界の生乳生産・消費・輸出量推移
2. 生産・輸出大国/地域の動向

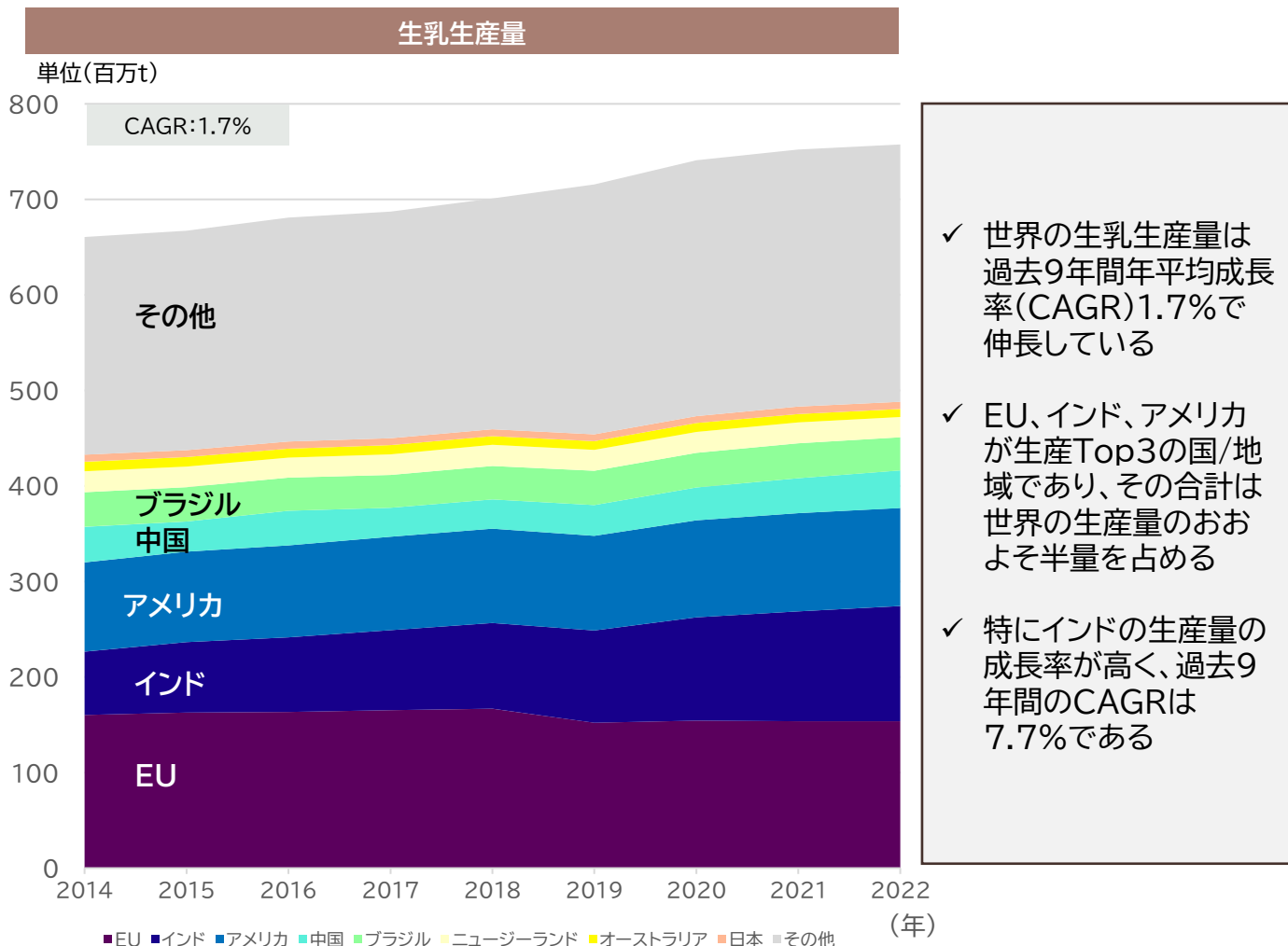
2. 世界の牛乳生産・消費量の動向

2-1. 世界の生乳生産・消費・輸出量推移：①マクロトレンド

- 世界の生乳生産量は拡大傾向にある反面、飲用乳消費量は減少傾向
- インドについては生産量も消費量も増加傾向

カテゴリ	動向
生産	• 世界の生乳生産量は過去9年間年平均成長率(CAGR)1.7%で伸長している • EU、インド、アメリカが生産Top3の国/地域であり、その合計は世界の生産量のおおよそ半量を占める • 特にインドの生産量の成長率が高く、過去9年間のCAGRは7.7%である
消費	• 世界一の生乳生産地域であるEUは、飲用乳消費量ではインド、中国に次ぐ3位となっている • 2017年をピークに世界的に飲用乳消費は伸び悩み、インド以外の消費量は横ばいもしくは減少傾向である
輸出	• 生乳生産量シェアでは目立たないニュージーランド、オーストラリアが輸出量上位にランクインしている • EU、ニュージーランド、アメリカ、オーストラリアの上位4か国/地域で総輸出量の7割を占める • 主要乳製品輸出国の中でもEU、ニュージーランド、アメリカの輸出量が多い • EUは乳製品の輸出を拡大傾向。過去9年間のCAGRは3.4% • アメリカも輸出拡大傾向。過去9年間のCAGRは3.5%

2-1. 世界の生乳生産・消費・輸出量推移：②生乳生産量推移

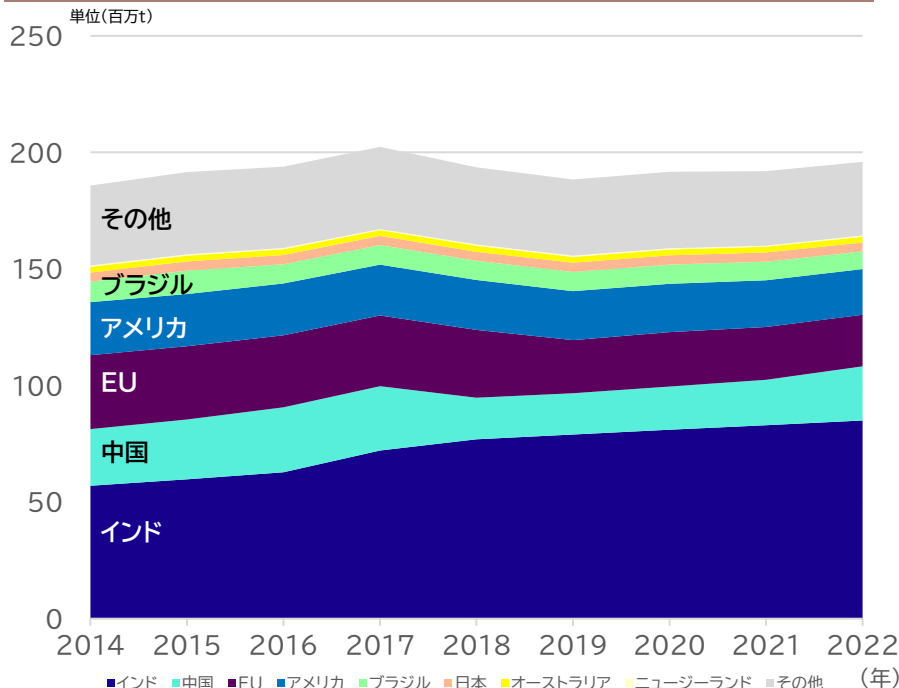


【出典】
 JIDF「世界の酪農情況」：データベース「一般社団法人Jミルク Japan Dairy Association (J-milk)」
 ※インド：酪農年度(4月～翌年3月)、オーストラリア：酪農年度(7月～翌年6月)
 ※2019年以降のEU数値は、イギリスを除く27カ国

2. 世界の牛乳生産・消費量の動向

2-1. 世界の生乳生産・消費・輸出量推移：③飲用乳消費量推移

飲用乳消費量

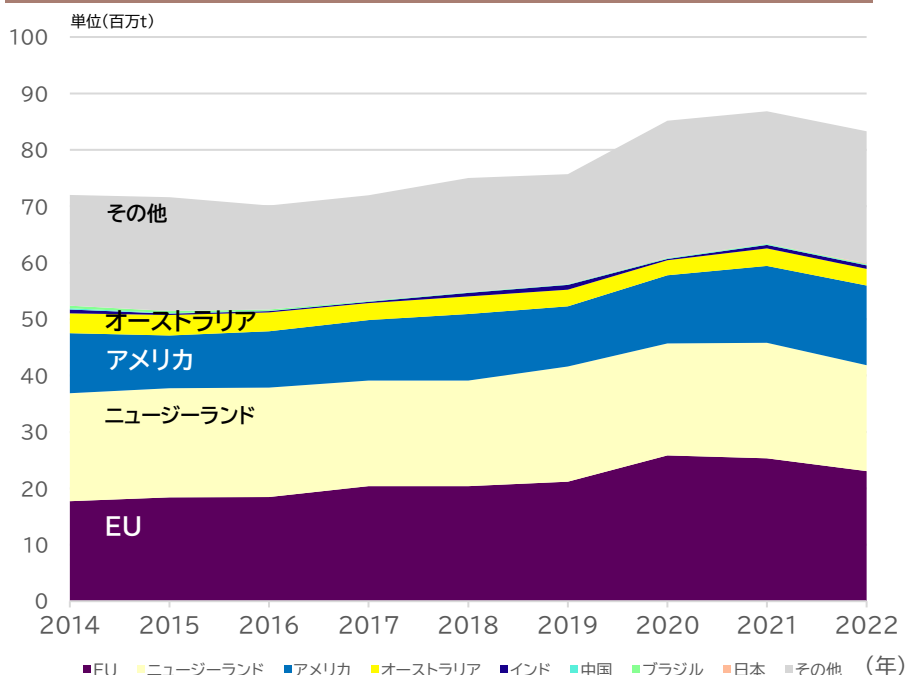


- ✓ 世界最大の生乳生産地域であるEUは、消費量ではインド、中国に次ぐ3位となっている
- ✓ 2017年をピークに世界的に飲用乳消費は伸び悩み、インド以外の消費量は横ばいもしくは減少傾向である

【出典】
JIDF「世界の酪農情况」：データベース | 一般社団法人Jミルク Japan Dairy Association (J-milk)
※インド、日本：酪農年度(4月～翌年3月)、オーストラリア：酪農年度(7月～翌年6月)
※2019年以降のEU数値は、イギリスを除く27カ国
※その他はデータがある国の合計値

2-1. 世界の生乳生産・消費・輸出量推移：④乳製品輸出量推移

乳製品輸出量(飲用乳換算)



- ✓ 「各国/地域の生乳生産量」では目立たなかったニュージーランド、オーストラリアが輸出量上位にランクインしている
- ✓ 上位4か国/地域で総輸出量の7割を占める

【出典】
JIDF「世界の酪農情况」：データベース | 一般社団法人Jミルク Japan Dairy Association (J-milk)
※インド：酪農年度(4月～翌年3月)
※2019年以降のEU数値は、イギリスを除く27カ国
※その他はデータがある国の合計値

2. 世界の牛乳生産・消費量の動向

1. 世界の生乳生産・消費・輸出量推移
2. 生産・輸出大国/地域の動向

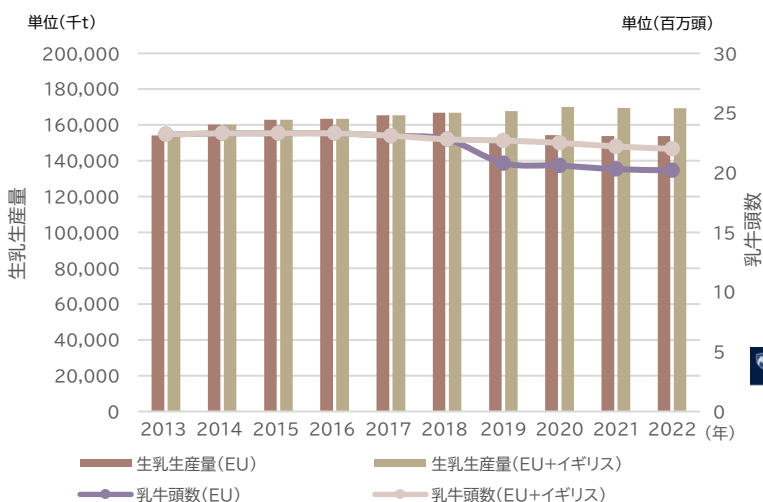
2-2. 生産・輸出大国/地域の動向：①調査サマリ

国/地域	動向
EU	- 乳牛頭数は減少傾向だが、生産性の向上により1頭あたり乳量は増加 - 環境問題の観点から、今後も乳牛の飼育頭数は減少傾向が続く見込み - 乳牛飼育にもAIを採用し、生産性を維持する機構を導入
アメリカ合衆国	- 生産量は増加しているが、消費量は減少傾向 - 最大手牛乳メーカーが破産 - 農場の大規模化や飼料管理、改良技術の改善による生乳生産性の向上が進んでいる
ニュージーランド	- 国内消費量に対して生産量が非常に多く、生産量の大部分が輸出に回る - 放牧を中心とした低コストでの生産が特徴 - 国内生産者の多くが協同組合のFonterraに加入しており、組合が集乳・加工・輸出を束ねている
オーストラリア	- 気候変動により生乳生産量は減少傾向 - オーストラリア競争消費者委員会(日本の公正取引委員会にあたる)がDairy code of conductを定め、乳価の決定方法などが規定されている
特記事項	上記主要国中の消費量はいずれも減少傾向であり、その理由は健康志向の高まりによる植物性ミルクへの代替の他、水への代替も確認された

2-2. 生産・輸出大国/地域の動向：②EU

- 環境問題への意識が強く、家畜の生産頭数は減少傾向
- 一方、生乳生産量は年々増大しており、生産性の向上が見受けられる
- 農業にAIを導入して牛の健康管理を最適化するなど精密畜産(PLF)を行っており、生産性の低下を防ぐ仕組みづくりが行われている

EUの生乳生産量・乳牛頭数



EUの酪農業界展望と、導入されるテクノロジー



【出典】

JIDF「世界の酪農情勢」：データベース「一般社団法人Jミルク Japan Dairy Association (J-milk)」

※2019年以降のEUの数値は、イギリスを除く27か国のもの

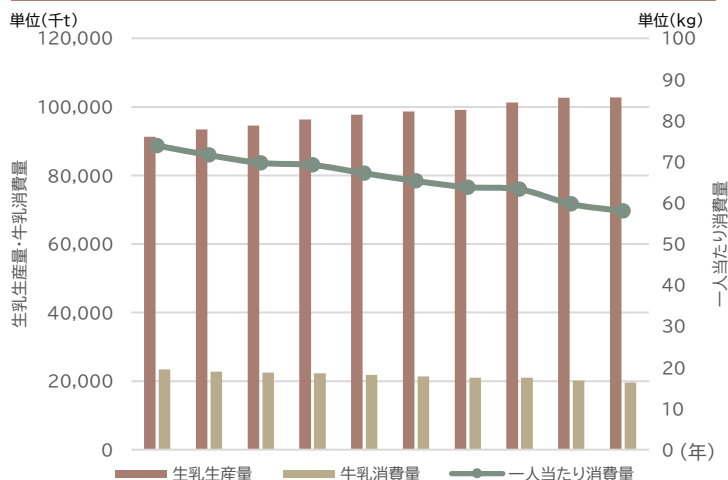
The EU Dairy sector: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/630345/EPRS_BRI\(2018\)630345_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/630345/EPRS_BRI(2018)630345_EN.pdf)

PennState Extension: <https://extension.psu.edu/dairy-farm-transformation-artificial-intelligence>

2-2. 生産・輸出大国/地域の動向 :③アメリカ合衆国

- ・農場の大規模化などから、生乳の生産効率は年々高まっている
- ・生乳生産量は増加しているが、消費量は減少の一途をたどっている
- ・牛乳に関する5つのトレンドの変化から、最大手牛乳メーカーが破産した

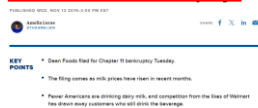
生乳生産量・牛乳消費量および一人当たりの牛乳消費量の推移



【出典】
 JIDF「世界の酪農情況」：データベース | 一般社団法人Jミルク Japan Dairy Association (J-milk)
 CNBC: <https://www.cnbc.com/2019/11/13/5-charts-that-show-how-milk-sales-have-cl>
 農畜産業振興機構: <https://www.alic.go.jp/content/001221782.pdf>

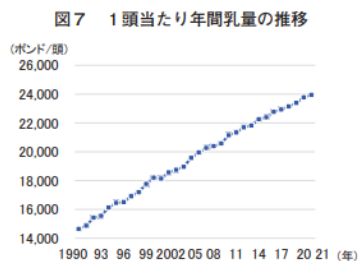
最大手牛乳メーカー破産ニュース

5 charts that show how milk sales changed and made it tough for Dean Foods to avert bankruptcy



- 牛乳に関する5つのトレンドの変化
- ・消費量の減少
 - ・乳代替製品の台頭
 - ・乳代替製品の市場拡大
 - ・牛乳価格の高騰
 - ・増大する損失

1頭当たりの年間乳量の推移

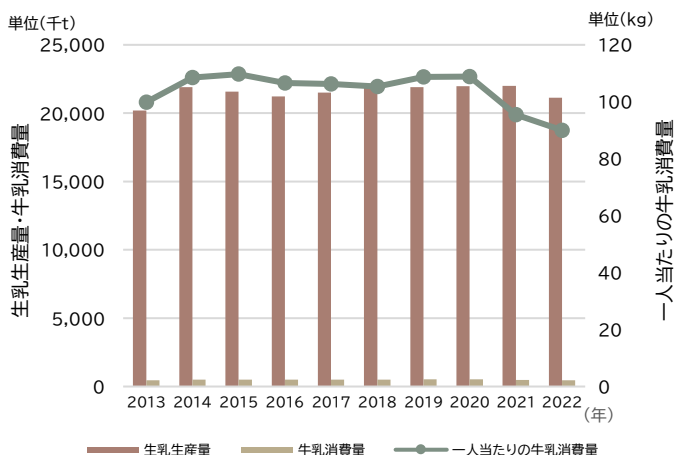


資料：USDA/NASS 「Milk Production」
 注1：乾乳牛を含め、未經産牛を除いて算出。
 注2：子牛用乳を除く

2-2. 生産・輸出大国/地域の動向 :④ニュージーランド

- ・生乳生産量および牛乳消費量はほぼ横ばいであるが、一人当たりの牛乳消費量は2020年以降低下している
- ・生産量と消費量に大きな乖離があり、生産量の多くは輸出用途であることがわかる(2-1:④参照)
- ・ニュージーランドは放牧により低コストで生乳生産を行えるため、価格競争力に強いことが特徴である

生乳生産量・牛乳消費量および一人当たりの牛乳消費量の推移



【出典】
 JIDF「世界の酪農情況」：データベース | 一般社団法人Jミルク Japan Dairy Association (J-milk)
 マイナビ農業:「放牧」は低コストな酪農システム ポイントは「収入」より「支出」 | マイナビ農業 (mynavi.jp)

日本とニュージーランドの生乳生産コストの比較の記事

日本とNZの生乳生産コストの比較

- 費用合計でみたコスト比較では、日本(北海道)81.35円に対しNZは25.80円で3倍の競争力格差が存在する。
- 費目の比較をすると、飼料費で日本37.35円、NZ10.7円、減価償却費で日本14.78円、NZ2.15円、労賃で日本15.6円、NZ5.1円であり、この3者の差の合計は49.78円であり、全体の90%を占める。

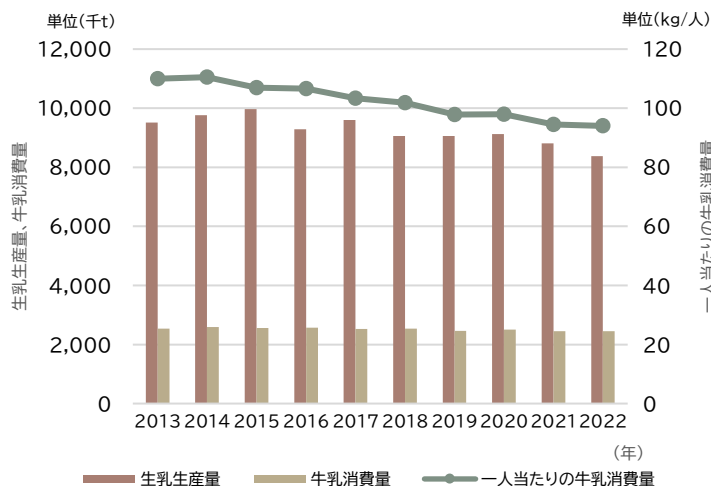
表1 日本とNZの生乳のコスト比較(円/kg)				
費目	北海道①	NZ②	差③=①-②	
家畜管理・飼養費	1.29	0.57	0.72	
飼料費	37.35	10.7	26.65	
光熱水料動力費	2.7	0.43	2.27	
獣医・医薬品	2.61	1.19	1.42	
賃借料・料金	1.68	0.28	1.4	
建物・車・農機具	2.74	2.96	-0.22	
税・公課所負担	1.26	0.52	0.74	
生産管理費	0.18	0.58	-0.4	
労賃	15.6	5.1	10.5	
減価償却費	14.78	2.15	12.63	
他	1.16	1.32	-0.16	
費用合計	81.35	25.80	55.55	
生乳生産量(トン)	587	1814	-1227	
搾乳牛頭数(頭)	72.3	296	-223.7	
農地面積(ha)	56.7	145.5	-88.8	

資料：「DairyNZ Economic Survey 2014/15」
 「畜産物生産費統計平成26年」
 注：乳脂肪分3.5%で調整。

2-2. 生産・輸出大国/地域の動向：⑤オーストラリア

- ・ 生乳生産量は減少傾向にあり、牛乳消費量はほぼ横ばいになっている
- ・ 間欠的に干ばつが発生し、穀物の生産量低下に伴い飼料コストが高騰したことで収益が悪化した
- ・ 収益の悪化から酪農家は乳牛頭数を大きく削減した影響により、生乳生産量も低下した

生乳生産量・牛乳消費量および一人当たりの牛乳消費量の推移

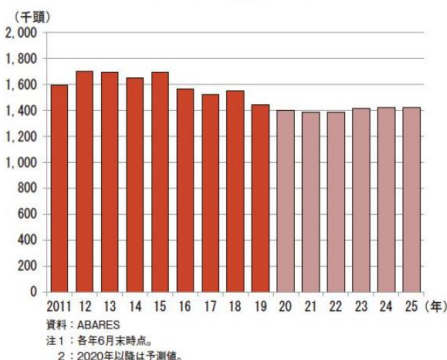


【出典】
JIDF「世界の酪農情況」：データベース | 一般社団法人Jミルク Japan Dairy Association (J-milk)
農畜産業振興機構：豪州の農畜産物需給見通し～2020年豪州農業需給観測会議から～ | 農畜産業振興機構 (alic.go.jp)

乳牛頭数の推移についての記事

これは、豪州東部を中心に発生した干ばつの影響により経営環境が厳しくなったことから、飼料コストの削減および資金調達のために酪農家が乳牛を淘汰したためである。このため、2020年6月末時点の乳用経産牛飼養頭数は、前年比2.8%減の140万頭に減少すると見込まれている(図8)。

図8 乳用経産牛の飼養頭数の推移と見通し



【参考】牛乳代替品への消費動向の移行について

- ・ EUやアメリカ合衆国などの生乳生産大国では、自国消費がそれぞれ減少している
- ・ 自国消費減少の理由を調べてみると、おおむね共通して健康意識の高まりや食生活の変化、牛乳の価格高騰などから、代用乳(植物性ミルク)や水への代替が確認できた

アメリカの動向



5 charts that show how milk sales changed and made it tough for Dean Foods to avert bankruptcy

The decline of milk consumption has accelerated in the last decade as alternatives have soared in popularity.

In the last four years, sales of nondairy milks have risen 23%, according to Nielsen data. Alternatives like soy and almond milk have become popular as health-conscious consumers have grown wary of dairy.

Trendy coffee shops like Stumptown Coffee or Blue Bottle Coffee have also introduced their customers to nondairy milks by making latte with soy or almond milk.

Dean Foods owns Good Karma, which makes flaxseed-based milk and yogurt alternatives, but the majority of its portfolio is dairy products. In 2013, the company spun off WhiteWave, the parent company of Silk and a leading maker of soy and almond milks.

【出典】
CMBC：<https://www.cnn.com/2019/11/13/5-charts-that-show-how-milk-sales-have-changed.html>
TABI LABO：「酪農大国」ニュージーランドに国内初の「植物性ミルクプラント」誕生 | TABI LABO (tabi-labo.com) (ニュージーランド)CM

ニュージーランドの動向

ニュージーランド南島サウスランド地方に、国内初となる植物ベースのミルク工場がまもなく開業するそうだ。

昨今の植物性ミルクの隆盛を考えれば……さしてビッグなニュースとは思わない、かもしれない。でも、ちょっと思い出してみよう。ニュージーランドといえば「酪農」がもっとも輸出規模が大きい、主要輸出品目。輸出全体の26%以上を占める。

この酪農大国にも、近年代替ミルクの波が押し寄せ、国内需要もうなぎ登りだという。これを受け、サウスランドの地域開発機関「Great South」は、新会社を設立。現在、工場併設の植物性ミルクプラントを建設中だそう。オート麦、えんどう豆、麻などを中心に栽培、自社工場でのミルク生産まで秒読みの段階だ。

ところで、これまで多くの植物性ミルクは輸入品に頼っていたニュージーランド。国内ブランド「Otis Oats Milk」でさえ、国内で収穫したオート麦を自社で粉砕したあと、いったんスウェーデンにそれを送り、ミルクへと加工。逆輸入というかたちで販売をしていた。

3. 対象国調査

1. シンガポール
2. 台湾
3. 香港
4. マレーシア
5. ベトナム

3-1-1. 基本情報

基本情報(2023年時点)

人口	5.9 百万人
公用語	英語、中国語、マレー語、タミール語
面積	約720 km ²
名目GDP	501.4 十億USD
一人あたり名目GDP	84,734.3 USD

乳製品の消費傾向

- ・ 飲用乳製品は植物由来のミルクとの競合が激化すると予想される
- ・ 飲むヨーグルトはヤクルトが引き続き強力でリード
- ・ 健康志向の消費傾向はチーズでは緩やかに増加しており、主にソフトチーズで顕著

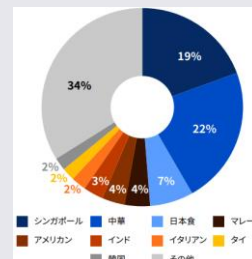
食文化

【小売】

- ・ 現地系デベロッパーが強く、大型/小型問わずスーパーマーケット業態が発達
- ・ 自宅で調理するシーンが少ないことから、加工食品や半加工食品が他国に比べ充実

【外食】

- ・ 中華料理、シンガポール料理、日本食、マレー料理、アメリカ料理など多様な文化圏の料理が食される
- ・ ハラル外食、日本食への関心が高まっている。日本食は高品質、健康的で体に良い、見た目がきれいといった点が評価



オープンライズ・シンガポール版に登録されている飲食店の料理種別シェア(2022年)

【出典】

IMF: [World Economic Outlook \(April 2024\) - Population \(imf.org\)](https://www.imf.org/publications/world-economic-outlook/april-2024/population)
 外務省: [シンガポール基礎データ | 外務省 \(mofa.go.jp\)](https://www.mofa.go.jp/region/asia-pacific/singapore/)
 JETRO: [カントリーレポート: シンガポールの食品市場\(jetro.go.jp\)](https://www.jetro.go.jp/press/2023/04/04/01/)
 JETRO: [JFOODO海外フードマーケットによるシンガポールの今がわかる! 現地"食"リポート\(jetro.go.jp\)](https://www.jetro.go.jp/press/2023/04/04/01/)
 GII: [市場調査レポート: シンガポールの乳製品と代替品市場\(gii.co.jp\)](https://www.gii.co.jp/)

3-1-2. 対象国調査サマリ

カテゴリ	動向
統計調査	・ 人口は微増傾向で、GDPは増加傾向(CAGR:5.3%) ・ 牛乳(HS code:0401)の輸入量は拡大傾向(CAGR:2.8%)
輸出規制調査	・ 牛乳乳製品に関税は非課税 ・ 輸出にあたり提出すべき書類が他国に比べ少ない
消費・喫食調査	・ 牛乳は朝によく飲まれる ・ お茶やコーヒーと混ぜて喫食されることが多い
サプライチェーン調査	・ 日本やオーストラリア、ニュージーランドなど、各業態ごとに外資系企業が多く参入している
現地調査	・ 全業態で牛乳乳製品は広く取り扱われる ・ 特にSKUが多いのは牛乳、チーズ、アイス
消費者アンケート調査	・ 日本製品のイメージは、「美味しい」「安全安心」など ・ 牛乳乳製品の購入にあたり「美味しさ」「価格」「安全性」を重視
関係者ヒアリング	・ 最も重要な購入因子は品質 ・ 割引やプロモーションはもちろん重要

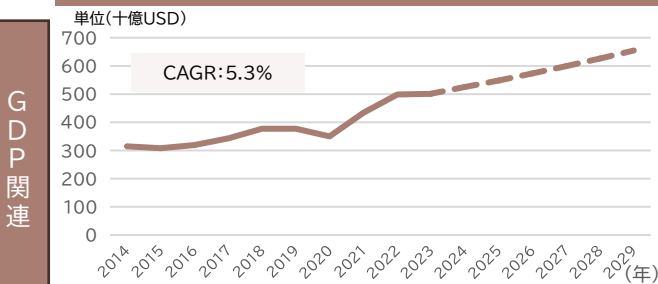
*SKU(Stock Keeping Unit):

SKUは、スーパーやECサイトなどの小売店が使用する、発注や在庫管理を行う際の、商品の最小単位を指す。

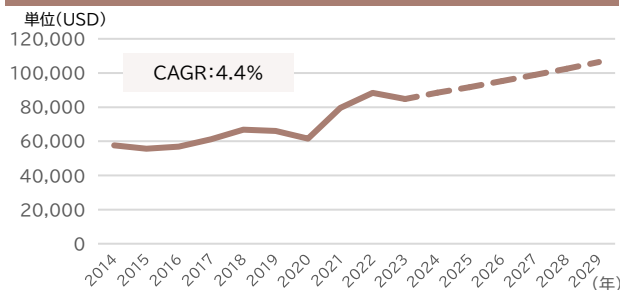
3-1-3. 統計調査：①経済・人口情報

名目GDP、一人当たり名目GDPはいずれも伸長傾向で、今後も継続して成長していく予測。
人口は大きく増減はないが、2021年以降は増加傾向。

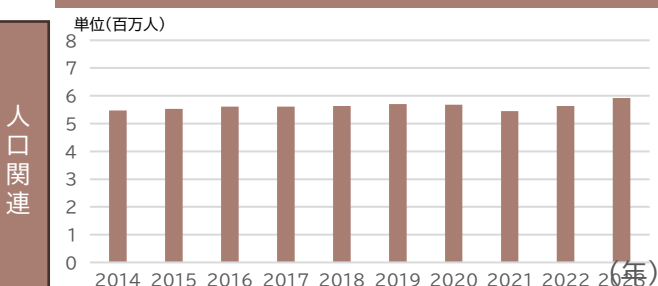
名目GDPの推移と展望 *



一人当たり名目GDP *



人口推移

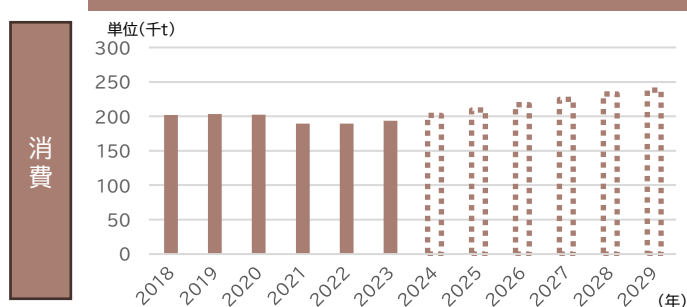


【出典】
IMF World Datasets: [IMF DataMapper](#)
*2024年以降は予測値

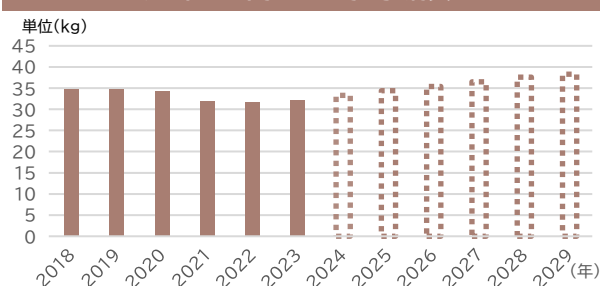
3-1-3. 統計調査：②牛乳消費動向

国全体の牛乳、加工乳等の消費量及び一人当たり消費量はいずれも直近数年では横ばい状態であったが、2024年以降増加していく予測。

牛乳、加工乳等 消費量 *



一人当たり牛乳、加工乳等 消費量 *



【出典】
Statista: [Milk - Singapore | Statista Market Forecast](#)

*2024年以降は予測。家庭内におけるregular fresh milk, full-fat milk, reduced-fat milk, low-fat milk, skimmed milk, semi-skimmed milk, regular pasteurized milk, ultra-pasteurized (UHT) milk, raw milk, flavored milk, barista milk, lactose-free milk等の消費の合計量。その他の製品カテゴリや家庭外消費は含まない。

3-1-3. 統計調査：③対象品目輸入状況

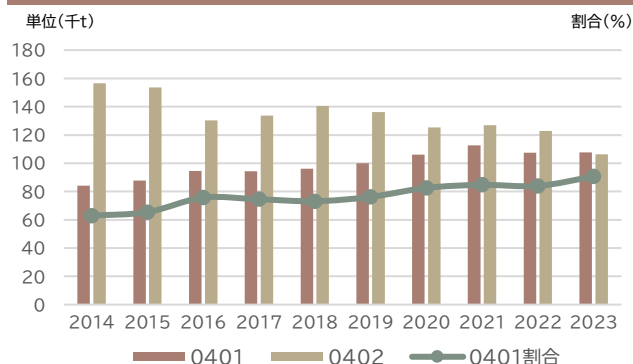
直近10年で輸入量は増加したものの、2021年以降は横ばいである。

牛乳および乳製品の輸入量の比較

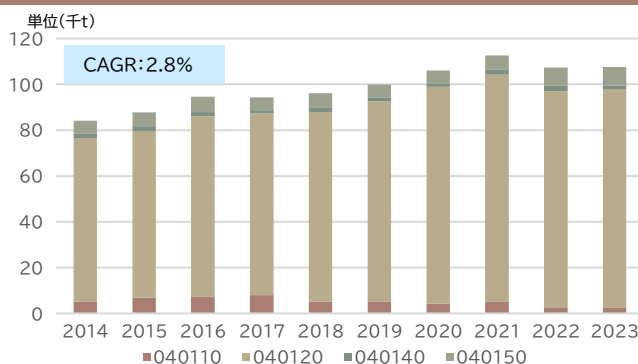
<比較年> 2014年 2023年	HS CODE : 0401	2014	2023	※ 政府資料等に牛乳・乳製品の生産量 や自給率に関する記述は見られず、 ほぼ全量を輸入に頼っている。
	輸入額(百万USD)	107.6	153.5	
	輸入量(千t)	84.1	107.7	
	輸入先国数	38	40	

2014年から2023年における輸入量の推移

品目別輸入量の比較



0401品目別輸入量の推移

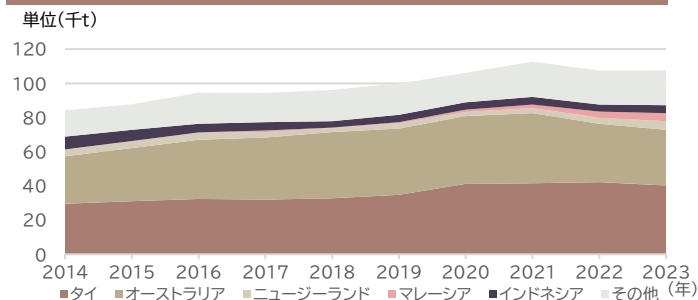


JETROデータベース「貿易統計」を参考に弊社作成
 ※0401, 0402はそれぞれHS CODE
 0401:牛乳及びクリーム
 0402:牛乳及びクリーム(濃縮もしくは加糖したもの)

3-1-3. 統計調査：④対象品目輸入内訳

輸入量は緩やかに増大を続けているが、輸入シェアに大きな変化はなく、タイとオーストラリアで輸入量の約7割のシェアを占める。

輸入国TOP5推移

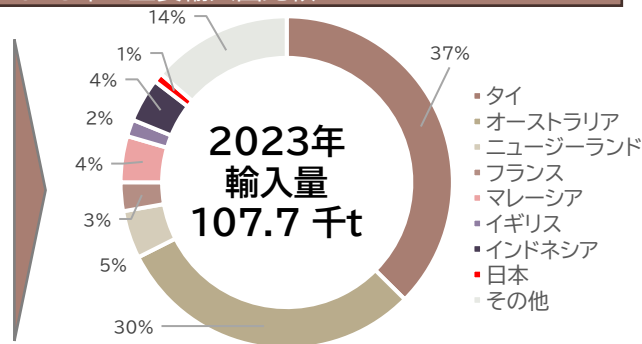
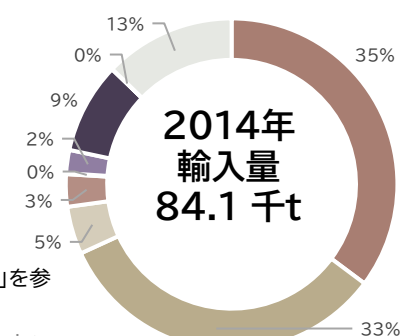


参考:品目別輸入量の比較

HS CODE : 0401	2014	2023
輸入額(百万USD)	107.6	153.5
輸入量(千t)	84.1	107.7
輸入先国数	38	40

2014年と2023年の主要輸入国比較

<抜粋>
2014年
2023年



JETROデータベース「貿易統計」を参考に弊社作成

3-1. 対象国調査:シンガポール



3-1-4. 輸出規制調査：①関税

牛乳乳製品は関税の課税対象品目外。

【出典】
JETRO:牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き(シンガポール) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - シンガポール - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ (jetro.go.jp)
※調査時点:2022年8月

3-1-4. 輸出規制調査：②輸入割当制度

牛乳に適応される割当制度は確認されなかった。

3-1-4. 輸出規制調査：③提出が必要になる書類

分析証明書などが必要。

凡例

●:必要であることが確認できた書類
△:必要となるケースがある書類

書類名	提出要否 (デスクトップ調査による)
衛生証明書	●
産地証明書	●
放射性物質検査報告書	-
輸入事業者証明書	-
牛乳/乳飲料/クリーム of 輸入申請書	●
加工工場における加熱処理方式と施設 (生産設備と給水設備を含む)に関する資料	●
その製品およびその品質保持期限を証明する 製造者の申告書	-
FEHDによる輸入許可証など	-
自由販売証明書	-
適正製造規範証明書	-
分析証明書	●
獣医学的健康証明書	-
食品安全データシート	-

実態 (有識者ヒアリングによる)
△ ※成分無調整の殺菌乳は衛生証明書、 動物検疫が要求されることがある
△
-
-
△ ※現地側ライセンスが要求されることがある
△
-
-
-
-
-
●
-
-

※実際の輸出にあたっては、状況によりこれら以外の提出書類を求められる場合もある。

3-1-4. 輸出規制調査：④食品規格

- 乳(milk)は、牛、水牛または山羊の乳房からの分泌物であり、いかなる添加も抽出も行っていない状態のものを指す
また、3.25%以上の乳脂肪分および8.5%以上の乳脂肪分以外の乳固形分を含んでいることが求められる一方、水や乾燥乳、コンデンスミルク、脱脂粉乳、着色料などを含む、その他のいかなる物質も添加してはならない
- 牛乳に関する規格分類として、下記のようにになっている
乳(牛、水牛、山羊)、生乳、殺菌乳、高温殺菌乳、無菌乳、均質乳、還元乳、無糖練乳、加糖練乳、乾燥乳、粉乳、全粉乳、全脂粉乳、半脱脂粉乳、脱脂乳、無脂肪乳、液体状無脂肪乳、調製乳、液体状調製乳、フレーバーミルク、乳酸菌飲料、発酵乳飲料
- 生乳(raw milk)については、ヒトによる消費を目的とした輸入、販売、宣伝が禁じられている
この場合の生乳(raw milk)とは、殺菌牛乳や高熱殺菌牛乳のような熱処理殺菌を施していない乳、もしくはシンガポール食品庁長官が認める、同様の効果をもたらす殺菌加工を施していない乳を指す

※食品規制該当項に従い、それぞれでラベル表示義務が発生

【出典】

JETRO:牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き(シンガポール) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - シンガポール - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ (jetro.go.jp)

※調査時点:2022年8月

3-1-4. 輸出規制調査：⑤成分と処理

- 残留農薬や残留抗生物質、残留エストロゲン、マイコトキシン、3-MCPD、メラミン、細菌混入などの偶発混入成分に関する基準を食品規制で規定している
- 牛乳・乳製品は、重金属規制の対象となる
食品に含まれる重金属の残留基準は、食品規制において定められている
対象重金属:ヒ素、鉛、水銀、錫、カドミウム、アンチモン
- 食品規制で牛乳には食品添加物の使用が禁止されている
また、乳幼児向け乳製品には合成保存料、グルタミン酸ソーダ、硝酸塩、亜硝酸塩の添加が禁止されている

【出典】

JETRO:牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き(シンガポール) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - シンガポール - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ (jetro.go.jp)

※調査時点:2022年8月

3-1-4. 輸出規制調査：⑥衛生検疫

- シンガポール食品庁(SFA)の規制調達先プログラム(Regulated Source Program)のもと、輸出国の政府管轄機関の適正な監督を受けている、あるいはSFAの認める品質保証体制を導入している事業所でなければならない
輸入者はSFAから要請があれば提示できるように、輸出国の食品事業者から、工場ライセンス(輸出国・地域の規制当局が発行)、輸出証明書(輸出国または地域で食品または動物を管轄する当局が発行)、衛生証明書(輸出証明書と同様)や、HACCP認証、GMP認証などのいずれかの書類を事前に取得していることが望ましい
- 牛乳・乳製品のうち殺菌牛乳(Pasteurised Liquid Milk)については、SFAにより検査強化品目に指定されている
輸出国の検疫検査機関(日本の場合は動物検疫所)から、(1)牛乳の原料が口蹄疫の発生していない国から調達されていること、(2)72℃以上で15秒間以上の熱処理が施され、殺菌されていることを証明する輸出検疫証明書を取得して、船積みごとに輸入通関の際に提示しなければならない
また証明書には商品ロット番号や生産日、輸入者情報などの必要事項が記載されている必要がある
- さらに初回の輸入時のみ、当該製品が管轄官庁の規制を遵守した施設で製造されていることを証明する、輸出国当局が発行した書類(事業許可証など)営業許可証が必要になる

【出典】

JETRO:牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き(シンガポール) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - シンガポール - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ (jetro.go.jp)

※調査時点:2022年8月

3-1-4. 輸出規制調査：⑦表示義務

- 食品全般の一般表示義務項目として、下記項目を英語で表示することが求められる
 - 商品名または一般分類名
 - 成分(2種類以上の成分からなる食品の場合、重量の大きい順に)
 - 合成着色料名(合成着色料タートラジンなどを含有する食品の場合のみ)
 - 内容量(正味容量または重量)
 - 原産国および輸入者(代理人)名と住所
 - アレルゲン表示(牛乳・乳製品に義務化された表示)
 - 人工甘味料アスパルテームを含有する食品の場合の記載
- 一般表示義務項目に加えて、期限表示、ある種の甘味料を含む場合の注意事項、無糖食品や低カロリー食品などの特別目的食品の表示、栄養表示など、追加表示義務に該当する食品がある
- すべての牛乳・乳製品は賞味期限の表示が義務付けられている
賞味期限が保存条件に依拠する場合には、その保存条件をラベル上に記載しなければならない
(例:「BEST BEFORE: 31 Dec 17, Store in a cool, dry place」)

【出典】

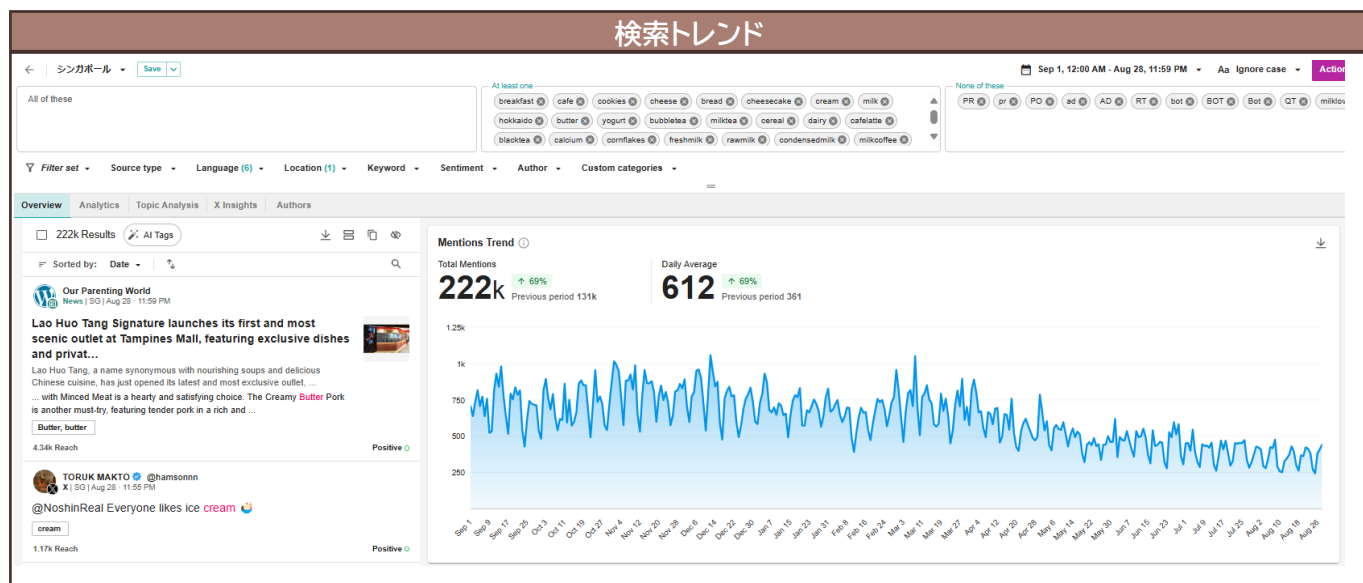
JETRO:牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き(シンガポール) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - シンガポール - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ (jetro.go.jp)

※調査時点:2022年8月

3-1. 対象国調査:シンガポール



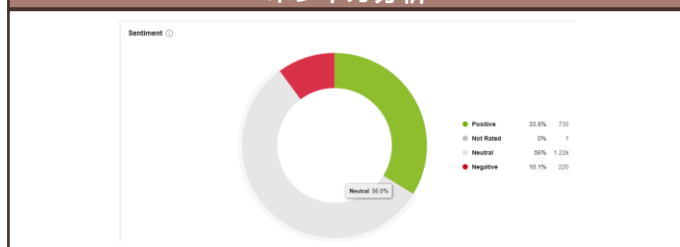
3-1-5. 消費喫食調査：①SNS調査ダッシュボード



関連ワード



ポジネガ分析



【出典】
meltwater分析ダッシュボードより

3-1. 対象国調査:シンガポール



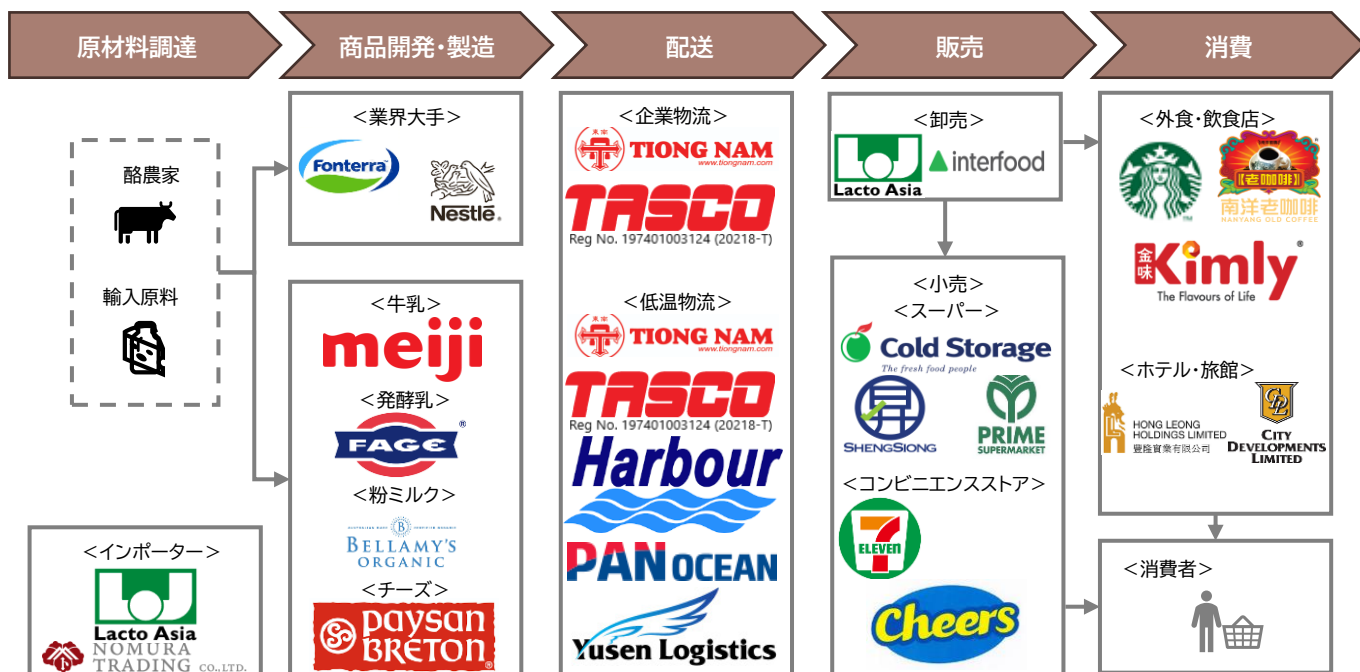
3-1-5. 消費喫食調査：②SNS調査内容抜粋

モダンが強いという傾向が見られた。
お茶やコーヒーと混ぜて喫食するという投稿が多く見られた。

検索条件				検索結果
対象地域	言語	対象ソースタイプ	期間	投稿数
シンガポール	英語、マレー語、タミル語、中国語	フォーラム/X/blog /製品レビュー	過去1年間	22.2 万件
トラディショナル ☆☆☆ モダン				
項目		内容(抽出ワード)		トラディショナル/モダン
A.喫食シーン	いつ飲むか	朝食として飲まれているのが基本だが、寝る前にも飲まれるケースもある。(breakfast, 早餐, 早餐)		モダン
	何と一緒に	朝食としてはプロテインに混ぜる、もしくはミルクティーとして消費されている傾向。(fresh milk)		モダン
		ミルクティーとしての消費は中国系もしくはタイのお茶をベースに作られる傾向。中国、香港、台湾、タイなど比較的東～東南アジアのお茶が主流。(milktea)		モダン
		一方で紅茶に牛乳を入れてミルクティーとして飲む人も一定数見られた(milktea, susu, susu pekat)		トラディショナル
		コーヒーに加糖練乳又は無糖練乳を入れ消費する傾向。また、コンデンスミルクが入ったコーヒーはkopiと呼ばれ、アイスの時はシロップよりもコンデンスミルクが多く使われている。(coffee, 牛奶, 咖啡, 早餐)		モダン
B.購入時重視する点	味	生乳100%の牛乳はfull cream milkと呼ばれている。ラテには生乳100%の牛乳が使われ、kopiにはコンデンスミルクが使われている様子。(cream, 牛奶)		モダン
		生クリームは代用品として、さらに味を濃厚にするためにラテやミルクティーに練乳(又は無糖練乳)が使われている様子。(evaporated milk)		モダン
	品質	牛乳はオーストラリア産が輸送期間が短いから状態がいいのではというイメージで選ばれている様子。(fresh milk)		トラディショナル
		中国産の牛乳は安い水が入っていて品質がとて悪く、味も悪いという投稿が多くあった。(牛奶)		モダン
	価格	ネット販売では、牛乳が切れた場合の代用品としてLL牛乳の小パッケージ品がストックとして購入されている。これは消費期限が長く、かつ牛乳に近い味と濃厚さが重視されているからとなっていた。(fresh milk)		トラディショナル
	ブランド	乳幼児用途以外の粉ミルクは、練乳(又は無糖練乳)より安いことを重要視して購入されている傾向がある。(milk powder)		モダン
		牛乳ではmeijiもしくはオーストラリア産牛乳、LL牛乳ではMARI GOLDが牛乳に近い味で好まれている様子。(fresh milk)		トラディショナル

3-1-6. サプライチェーン調査：①業界マップ

商品開発・製造、配送、販売の各事業セグメントにおいて日系企業が進出している。



JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-1-6. サプライチェーン調査：②主要プレイヤー(製造)

商品開発、製造業者には外資系企業も多い。
シンガポールは国土面積が狭く、生乳の国内生産が少ないためだと考えられる。

企業名	国	業種	牛乳	プレーバー ミルク	ヨーグルト	アイス クリーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Fraser and Neave Ltd	タイ	商品開発・製造	○	○		○			清涼飲料水
MALAYSIA DAIRY INDUSTRIES PRIVATE LIMITED (非上場)	マレーシア	商品開発・製造	○	○	○				コンデンスミ ルク、清涼飲 料水
LACTO ASIA PTE. LTD. (非上場)	日本	商品開発・製造	○	○	○	○	○	○	バター、食肉
F&N FOODS PTE LTD (非上場)	シンガポール	商品開発・製造	○	○	○				清涼飲料水、 植物性ミルク
WOODLANDS SUNNY FOODS PTE LTD (非上場)	日本	商品開発・製造						○	クリーム、砂 糖、植物油
UDDERS PTE. LTD. (非上場)	シンガポール	商品開発・製造、 外食				○			外食事業
THE DESSERT EMPIRE PTE. LTD. (非上場)	シンガポール	商品開発・製造				○			
ALVAS MILK PTE. LTD. (非上場)	シンガポール	商品開発・製造、 インポーター		○	○		○		スパイス、乾 物等
ARTISANAL YOGURT (非上場)	シンガポール	商品開発・製造	○		○				植物性ミルク
FRESH MILK SUPPLIERS PTE LTD. (非上場)	シンガポール	商品開発・製造							
THE DARK GALLERY PRIVATE LIMITED (非上場)	シンガポール	外食							チョコレート 等
VIKNESH DAIRY FARM PTE. LTD. (非上場)	シンガポール	生産者	○		○				
YAKULT (SINGAPORE) PRIVATE LIMITED (非上場)	日本	商品開発・製造							ヤクルト

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-1-6. サプライチェーン調査：③主要プレイヤー(物流)

九州日新や郵船ロジスティクス等、日系企業の進出が見られる。

企業名	国	業種	特色	売上(百万円)	期末従業員数
YCH LOGISTICS (MALAYSIA) SDN. BHD.	マレーシア	*トラック(企業物流)	倉庫保管、輸送、物流サービスを提供している。	4,642	N/A
CTI LOGISTICS PTE LTD	シンガポール	*国際貨物フォワー ダー	貨物輸送手配、はしけ、タグボート、バンボートの運航および備船(貨物) サービスを提供している。	2,738	N/A
FRESH N NATURAL FOODS PTE LTD	シンガポール	*食品加工	さまざまな商品の卸売取引を提供している。	2,701	N/A
WORLD COURIER SINGAPORE PTE LTD	シンガポール	*倉庫	貨物輸送手配、一般倉庫業を提供している。	2,348	N/A
RISHIRI SHIPPING PTE. LTD.	シンガポール	*外航海運	船舶管理サービスを提供している。	1,126	N/A
九州日新	日本	*倉庫	-	N/A	N/A
ENVIROTAINER (SIN) PTE. LTD.	シンガポール	-	貨物輸送手配サービスを提供している。	725	N/A
SEAFRIGO SINGAPORE PTE. LTD.	シンガポール	*倉庫	貨物輸送手配サービスを提供している。	603	N/A
CTI DISTRIBUTION PTE. LTD.	シンガポール	-	貨物輸送の手配、さまざまな商品の卸売取引サービスを提供している。	387	N/A
Tiong Nam	マレーシア	企業物流	倉庫保管、通関、冷蔵室施設、速達、クレーン、重量物輸送サービスなど、 トータルロジスティクスソリューションを提供している。	20,700	1,570
TASCO BERHAD	マレーシア	企業物流	-	32,718	2,200
Harbour-Link Group Berhad	マレーシア	企業物流	-	24,000	1,000
Pan Ocean Co.	韓国	企業物流	-	N/A	N/A
郵船ロジスティクス株式会社	日本	企業物流	-	N/A	N/A

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-1-6. サプライチェーン調査：④主要プレイヤー(販売消費)

ラクトジャパンの子会社のLacto Asia Pte Ltdはシンガポールに拠点を置き、
欧米、オセアニア、米国からの仕入れた牛乳乳製品を現地食品メーカーなどに販売している。

企業名	国	業種	牛乳	フレーバー ミルク	ヨーグルト	アイス クリーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Lacto Asia Pte Ltd	日本	販売(卸売)	○				○	○	バター、ク リーム、ホエ イ
Interfood Holding B.V.	ニュージーランド	販売(卸売)	○			○	○	○	コンデンス ミルク、プロ テイン
Cold storage	シンガポール	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	コンデンス ミルク、菓子
Sheng Siong	シンガポール	販売(小売)	○	○		○			菓子
Prime Supermarket	シンガポール	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
7-Eleven International LLC	日本	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Cheers Holdings Pte Ltd	シンガポール	販売(小売)	○	○	○	○		○	
Starbucks Coffee Singapore Pte. Ltd.	アメリカ	消費(外食・飲食店)	○						
Nanyao Old Coffee	シンガポール	消費(外食・飲食店)	○						
Kimly Ltd	シンガポール	消費(外食・飲食店)	○						
Hong Leong Holdings Ltd	シンガポール	消費(ホテル・旅館)	○						
City Developments Ltd	シンガポール	消費(ホテル・旅館)	○						

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-1-7. 現地調査

【調査対象】

店名	FairPrice	Cold Storage	CS Fresh	Don Don Donki	Seven Eleven
業態	現地 スーパーマーケット	現地 スーパーマーケット	高級 スーパーマーケット	ディスカウントストア	コンビニエンスストア
国内店舗数	約230店舗	50店舗 (別ブランド含む)	20店舗	16店舗	489店舗

【調査サマリ】

業態別の傾向	牛乳乳製品の取り扱い状況	日本産牛乳乳製品について
・ 現地大手スーパーマーケット (FairPriceなど)では、低価格帯から高価格帯まで幅広く取り扱う ・ 高級スーパーマーケット(CS Freshなど)では、輸入アイスとチーズを多く取り扱っている ・ ディスカウントストアでは日本産のバターやアイスを多く取り扱う	・ 全業態で乳製品の取り扱いは活発であり、特に牛乳・チーズ・アイスのSKUが多い印象 ・ スーパーマーケットでは牛乳乳製品を広く扱うだけでなく、商品カテゴリ内でも幅広い価格帯で取り扱う ・ 高級スーパーマーケットでは特に、輸入品や有機乳製品が目立つ	・ スーパーマーケットとディスカウントストアにて、取り扱われることが多い ・ 取り扱いは牛乳よりもバター、ヨーグルト、アイスなどが多い ・ 主要メーカーは雪印メグミルク、森永、明治あたり

※調査詳細は別添資料1参照のこと

3-1-8. 消費者アンケート調査

【調査手法】

Webアンケート調査

【調査対象】

過去3年以内に、日本産牛乳乳製品の購入履歴のあるシンガポールに居住している方をスクリーニングし、20代～60代の各年代男女5名ずつ、計50名を対象とした。

【調査サマリ】

商品カテゴリの傾向	日本産牛乳・乳製品の味、価格	日本産牛乳・乳製品のパッケージ、ラベル表記	日本産牛乳乳製品のイメージ
- アイスクリームやヨーグルトの購入回数が多い - 実際の購入傾向としてはオーストラリア産のものも多い - 購入時は美味しさに次いで価格を重視する傾向にある	- 味の評価が高いのは次の順番…牛乳、ヨーグルト、アイスクリーム - 価格もリーズナブルという評価が多い - 特に「価格が高い」と感じられているのは練乳である	- 低脂肪乳、アイスクリーム、チーズではもっと大きな容量の商品が求められている - ラベル表記は日本語のままが良いという回答があるが、一部英語ラベル添付への期待がある（特に低脂肪乳、アイスクリーム）	- 美味しさが最上位で、以降安心・安全、パッケージがオシャレという評価が続く。 「あまりプロモーションをやっていない」という回答が「良くプロモーションをやっている」の倍以上確認できた - プロモーションがあると購入頻度が上がるという声が多い。

※調査詳細は別添資料2参照のこと

3-1-9. 関係者ヒアリング

ヒアリング項目		回答
市場の全体像とトレンド	市場規模と成長性	市場規模は約1,000億円、3-4%で成長中の市場
	消費トレンドの変化	より健康的な選択肢(低脂肪、無脂肪、オーガニック等)へ移行
	オーガニック製品等の影響	サステナビリティやオーガニックへの意識は急速に高まっている
消費者動向	主要な消費者層	すべての世代が消費、特に偏りはなし
	消費者の購入時重要視する点	品質が最も重要
	競合製品との関係	植物由来のミルク需要は急速に高まり、一定のシェアを持つ
ブランドと競合分析	主要ブランドのシェア	グローバルブランドのシェアが大きい
	新規参入の難易度	新規参入しやすいが、現地企業とのパートナーシップが重要
価格戦略	価格帯の分析	ブランドによって住み分けされている
	価格競争	現地ブランドやスーパーオリジナルブランドなどが特に低価格帯
	プロモーションの有効度	頻繁に割引やプロモーションが行われている
流通チャネル	主要な販売チャネル	大部分はスーパー・ハイパーマーケット、その他コンビニ等
	オンライン販売の成長	近年販売量が拡大中、全体の販売量の1-2割程度を占める
	ロジスティクスの課題	国土が狭小であるため、コールドチェーン含め課題はない
消費者教育とマーケティング	健康意識と教育の重要性	メーカーと政府が協力し、学校や一般向けのイベントを実施
	認証マークの影響	イスラム教徒が一定数いるため、ハラール認証は重要
	マーケティング手法	TVCM、新聞雑誌の他、近年はSNSプロモーションが拡大
その他		大手の乳業メーカーはすべての商品にハラール認証を取得

※輸入関係者や製造事業者、小売り事業者等複数名にヒアリングを行った。

3. 対象国調査

1. シンガポール
2. 台湾
3. 香港
4. マレーシア
5. ベトナム



3-2-1. 基本情報

基本情報(2023年時点)		乳製品の消費傾向	
人口	23.3 百万人	・ 飲用牛乳の消費量は増加傾向 ・ 他の乳製品の需要も大きく伸びている。2016年には一人当たりの年間消費量は3.52 kgだったが2022年には4.87 kgに増加	
公用語	中国語		
面積	約36,000 km ²		
名目GDP	756.0 十億USD		
一人あたり名目GDP	32,300.0 USD		

食文化		外食産業の市場規模	
【小売】 ・ スーパーマーケット、GMS、コンビニエンスストアなどの業態が見られる ・ 高級百貨店の高級スーパーでは日本産食品の取扱が豊富		【外食】 ・ 外食産業が盛んで市場規模は拡大傾向。2023年に市場規模は30 百万USDを超えた ・ 日本食の店舗数は多く、日本料理レストランからとんかつや、ラーメン屋など種類も豊富 ・ 量と価格から質重視への転換傾向	

単位 (百万USD)

年	市場規模
2014	18
2015	20
2016	22
2017	23
2018	24
2019	25
2020	23
2021	22
2022	26
2023	31

(年)

【出典】
IMF: [World Economic Outlook \(April 2024\) - Population \(imf.org\)](#)
外務省: [台湾基礎データ | 外務省 \(mofa.go.jp\)](#)
經濟部「Industrial Production Statistics」: [Statistics of Economic - Ministry of Economic Affairs, R.O.C. \(moea.gov.tw\)](#)
USDA: [Taiwan: Dairy and Products Annual | USDA Foreign Agricultural Service](#)
JETRO: [台湾食品市場の概況](#)

3-2-2. 対象国調査サマリ

カテゴリ	動向
統計調査	・ 人口は大きく増減なし、GDPは直近停滞気味だが今後は増大予測 ・ 牛乳(HS CODE : 0401)の輸入量は2021年以降停滞気味
輸出規制調査	・ 日本産品にはWTO加盟国枠の課税、NZ産品は2025年以降規制緩和 ・ 衛生証明書や産地証明書など、輸出時に提出すべき資料が非常に多い
消費・喫食調査	・ 朝食時、パン食の人に多く喫食されている ・ タピオカドリンクなどにも混ぜて多く飲用される
サプライチェーン調査	・ 商品開発や製造企業では、地元の企業が多く存在 ・ 販売・消費では日本企業をはじめ、外国資本企業も多くみられる
現地調査	・ どの業態も積極的に牛乳乳製品を取り扱っている ・ 特に牛乳、アイスクリームのSKUが多い
消費者アンケート調査	・ 日本産品のイメージは「安心・安全」「美味しい」など ・ 牛乳乳製品の購入にあたっては「美味しさ」「成分(栄養価など)」を重視
関係者ヒアリング	・ 購入時に価格が重要視されるほか、近年は品質も重視される ・ インフルエンサーを活用したSNSプロモが盛んに行われる

3-2. 対象国調査：台湾



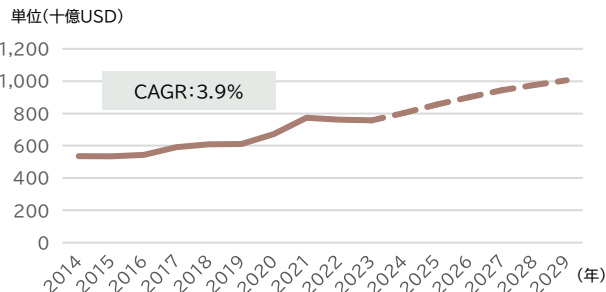
台湾



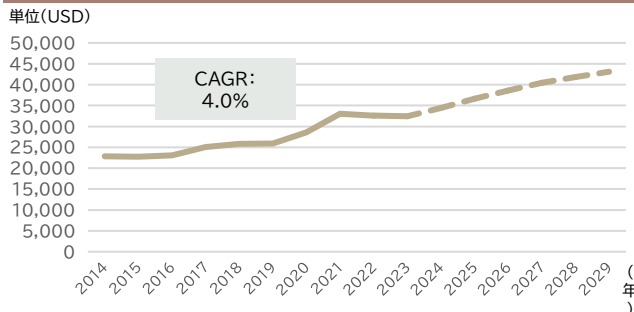
3-2-3. 統計調査：①経済・人口情報

名目GDP、一人当たり名目GDPはいずれも伸長傾向で、今後も継続して成長していく予測。
人口は大きく増減はなく横ばい傾向。

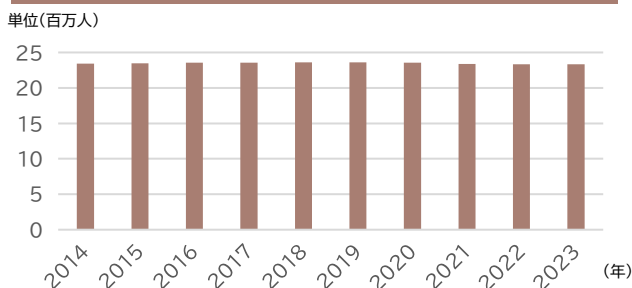
名目GDPの推移と展望 *



一人当たり名目GDP *



人口推移



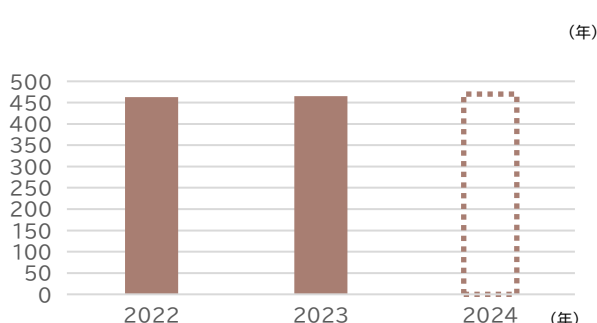
【出典】

IMF「World Detasets」: [IMF DataMapper](#)

*2024年以降は予測値

3-2-3. 統計調査：②牛乳消費動向

国全体の消費量、一人当たり消費量のいずれも増加傾向。
生乳の国内生産量は微増傾向。



【出典】

Statista: [Milk - Taiwan | Statista Market Forecast](#)
USDA: [Dairy and Products Annual \(usda.gov\)](#)

*2024年以降は予測。家庭内におけるregular fresh milk, full-fat milk, reduced-fat milk, low-fat milk, skimmed milk, semi-skimmed milk, regular pasteurized milk, ultra-pasteurized (UHT) milk, raw milk, flavored milk, barista milk, lactose-free milk等の消費の合計量。その他の製品カテゴリや家庭外消費は含まない。

**2024年は予測。

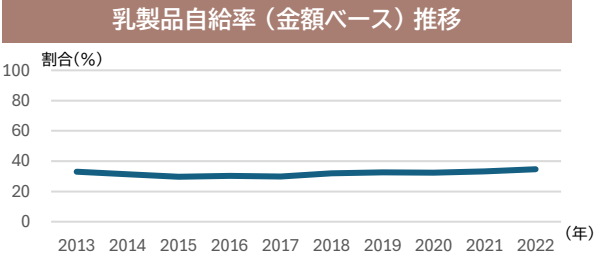


3-2-3. 統計調査：③対象品目輸入状況

直近10年で輸入量は倍以上に増加しているものの、2020年以降は伸び悩んでいる。

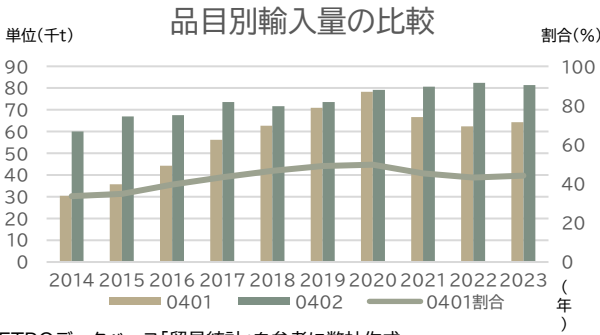
牛乳および乳製品の輸入量の比較

<比較年> 2014年 2023年	HS CODE : 0401	2014	2023
	輸入総額(百万USD)	50.8	113.1
	輸入総量(千t)	30.4	64.4
	輸入先国数	18	21

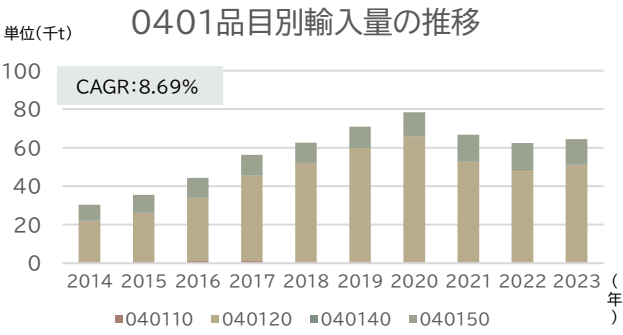


2014年から2023年における輸入量の推移

品目別輸入量の比較



0401品目別輸入量の推移



JETROデータベース「貿易統計」を参考に弊社作成
※0401, 0402はそれぞれHS CODE
0401:牛乳及びクリーム
0402:牛乳及びクリーム(濃縮もしくは加糖したもの)

3-2. 対象国調査:台湾

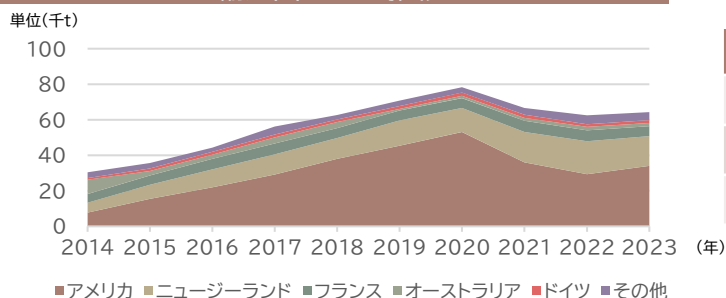


3-2-3. 統計調査：④対象品目輸入内訳

2023年の輸入量は2014年比で倍増。

アメリカとニュージーランドで輸入量の約8割のシェアを占める。

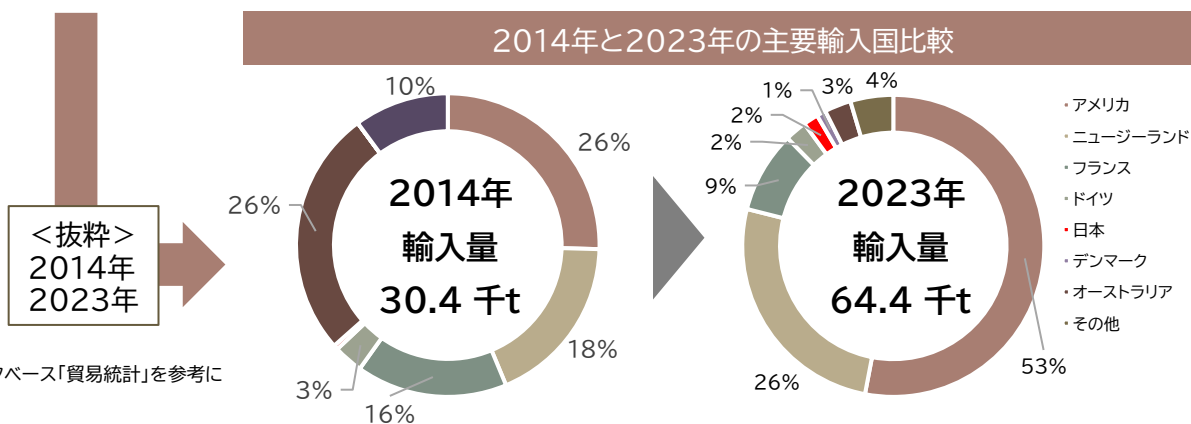
輸入国TOP5推移



参考:品目別輸入量の比較

HS CODE : 0401	2014	2023
輸入総額(百万USD)	50.8	113.1
輸入総量(千t)	30.4	64.4
輸入先国数	18	21

2014年と2023年の主要輸入国比較



JETROデータベース「貿易統計」を参考に
弊社作成

3-2-4. 輸出規制調査：①関税

台湾に輸入される牛乳・乳製品は関税の課税対象。

税関輸入税測の税率は3つのカラムからなり、日本からの輸入はWTO加盟国対象のカラムの税率が適用される。

	ニュージーランド	WTO加盟国
枠内税率	0%	15%
枠外税率	NT 14/kg	NT 15.6/kg
割当輸入量(t)	10,000	21,298

【出典】

JETRO: <https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>

※調査時点: 2022年8月

3-2. 対象国調査:台湾



台湾



3-2-4. 輸出規制調査：②輸入割当制度

日本から台湾への輸出に伴う輸入割当制度について、液体ミルクは関税割当(Tariff Rate Quotas, TRQ)の対象となる。

2022年の実績では、液体ミルクの関税割当総量は31,298トン。

また、ニュージーランド産の輸入規制が2025年度以降緩和される予定であり、それに対抗する地元生乳生産者保護政策として、国内産と海外産で区別できるような表示制度を検討中。

【出典】

JETRO:<https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>

※調査時点:2022年8月

Taipei Times:[2025年の酪農家支援策 - Taipei Times](#)

3-2-4. 輸出規制調査：③提出が必要になる書類

衛生証明書などが必要。

関係者ヒアリングから得られた実態調査では、多くの書類が必要になるとのこと。

凡例

●:必要であることが確認できた書類

△:必要となるケースがある書類

書類名	提出要否 (デスクトップ調査による)
衛生証明書	●
産地証明書	●
放射性物質検査報告書	●
輸入事業者証明書	-
牛乳/乳飲料/クリーム of 輸入申請書	-
加工工場における加熱処理方式と施設 (生産設備と給水設備を含む)に関する資料	-
その製品およびその品質保持期限を証明する 製造者の申告書	-
FEHDによる輸入許可証など	-
自由販売証明書	-
適正製造規範証明書	-
分析証明書	-
獣医学的健康証明書	-
食品安全データシート	-

実態 (有識者ヒアリングによる)
●
●
※任意書式
●
※放射線検査対象地域のみ
-
●
●
※乳、乳飲料及びクリームを輸出する場合
△
●
-
-
-
-
-
-

※実際の輸出にあたっては、場合によりこれら以外の提出書類を求められる場合がある。

【参考】輸出検疫証明書

台湾向け輸出検疫証明書所定様式
2019年3月1日から、乳・乳製品に対し、自治体において発行する食品衛生に関する証明書の添付が必要になった。

日本国農林水産省
輸出検疫証明書
EXPORT QUARANTINE CERTIFICATE
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Japanese Government

検疫証明書番号
Certificate NO.

申請者住所
Address of applicant

発行年月日
Date of issue

氏名 (法人にあつては、その名称及び代表者の氏名)
Name (In case of juridical person, state its title and name of representative)

下記は、家畜伝染病予防法の規定に基づく検査の結果、家畜の伝染疾病の病原体を拡散するおそれがないことを証明する。
This is to certify that the undermentioned articles are free from any evidence of disseminating causative agent of any animal infectious disease in consequence of the inspection referred to in the Domestic Animal Infection Disease Control Law.

物品の種類 Kind of article	
重量、個数又はこうり数 Weight, Nos. of package or containers	Sample
商標 Trade Mark	
容器包装の種類 Kind of container or package	
荷送人住所氏名 Name and address of consignee	
荷受人住所氏名 Name and address of consignee	
とう載地及びとう載年月日 Date & place of shipment	
とう載船舶(航空機)名 Name of ship or flight	
検査実施年月日及びその状況 Date & condition of inspection	
備考 Remarks	It is certified that there has been no outbreak of rinderpest since 1925, foot and mouth disease since 2011 and contagious bovine pleuropneumonia since 1942 in Japan.

農林水産省動物検疫所
Animal Quarantine Service
家畜防疫官
Animal Quarantine Officer

氏名
(Signature)

印
(Seal)

ATTACHMENT SHEET

Date of Issue :
(発行年月日)

Certificate Number :
(検疫証明書番号)

Manufacturing Plant :
(製造工場名)

Plant Address :
(工場住所)

Registration Number :
(許可番号)

Manufacturing date of the product :
(製造年月日)

Sample

h/Year

(1) The manufacturing plant is free from any evidence of infectious animal diseases in raw materials throughout the manufacturing, processing, transportation and storage.
(2) The products are not being contaminated by other pathogens of infectious animal diseases in raw materials throughout the manufacturing, processing, transportation and storage.
(3) Dairy products derived from sheep, goats or cattle which are processed by complying with the provisions of the World Organization for Animal Health (WOAH) Terrestrial Animal Health Code.

Animal Quarantine Service
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Japan
Animal Quarantine Officer

Signature : _____

Official Stamp

【出典】
動物検疫所「偶蹄類の畜産物の輸出」:<https://www.maff.go.jp/aqs/hou/exguuteirui2.html>

3-2-4. 輸出規制調査：④食品規格

・牛乳に関する任意規格分類として、下記のように規定されている

品目名	品目分類番号
クリーム	CNS 2878
生乳	CNS 3055
飲用乳	CNS 3056
フレーバーミルク(甘味料などが加えられたもの)	CNS 3057
発酵乳	CNS 3058
ミルクパウダー(甘味料などが加えられたもの)	CNS 3495
アイスクリーム(パッケージ包装されたもの)	CNS 6508
ホエイ	CNS 7524
ミルクパウダー(一般規制)	CNS 10860
乾燥バターミルク	CNS 10881
低温殺菌牛乳(Sterilized milk)	CNS 13292
加工乳	CNS 15792
複合粉乳(Composite milk product(powder))	CNS 15934
コンデンスミルク	CNS 1347
無糖練乳	CNS 2342
ミルクパウダーおよびクリームパウダー	CNS 2343
調製粉乳	CNS 2509
バター	CNS 2877
チーズ	CNS 2879

【出典】
JETRO:<https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>
※調査時点: 2022年8月

3-2-4. 輸出規制調査：⑤成分と処理

牛乳、乳製品は、残留農薬規制の対象となる。

台湾では使用される農薬についてポジティブリスト制を採用しており、「動物産品中の残留農薬許容量基準」において、牛乳、乳製品に使用が認められている農薬の最大残留基準値(MRL)が設定されている。

この基準にない農薬が検出されてはならない。

また、「動物用薬残留基準」で牛乳、乳製品における薬品の残留許容量が規定されている。

農薬の検査には、農薬およびその代謝産物の残留物に関する項目が含まれる。

MRLおよび実際に検出された農薬残留物は、製品の重量を基に測定される。

なお、牛乳、乳製品を含む乳幼児向け製品については、「一般食品衛生基準」の第8条において、残留農薬の基準値が設定されている。

台湾衛生福利部食品薬物管理署(台湾FDA)は2020年6月17日付で、「食品中の汚染物質および毒素に関する衛生基準(食品中汚染物質及毒素衛生標準)」を公告し、施行されている。

ただし、同基準の第3条、第4条および第5条は2021年1月1日から施行されている。

また、2022年5月31日から台湾政府は第5条の改定作業を行っており、2024年1月1日からの施行を予定している。

台湾では、使用可能な食品添加物についてポジティブリスト制を採用している。

それぞれの添加物について、「食品添加物の使用範囲および許容限度ならびに規格基準」に規定された使用範囲・用途および使用限度を守る必要がある。

また、「食品安全衛生管理法細則」では、保存料、抗酸化剤、甘味料は名称だけでなく、用途も表示する必要があると規定されている。

【出典】

JETRO: <https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>

※調査時点: 2022年8月

3-2-4. 輸出規制調査：⑥衛生検疫

「食品安全衛生管理法」および「食品および関連製品の輸入検査弁法」に基づき、行政院農業委員会動植物防疫検疫局が牛乳、乳製品を含むすべての輸入食品について、輸入食品検査を実施する。

検査は必要に応じて、書類審査、現場検査(全数またはサンプル)および抜き取り検査(実験室での化学・生物・物理的検査などを含む)のいずれかが実施される。

なお、放射性物質については、福島県・茨城県・栃木県・群馬県・千葉県産品については、全ロット水際検査が実施される。

それ以外の42都道府県産の乳製品、乳幼児用食品水際検査結果などに応じて、適宜検査が実施される。

【出典】

JETRO: <https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>

※調査時点: 2022年8月

3-2. 対象国調査:台湾



台湾



【参考】動物検疫証明書に係る品目リスト

日本の動物検疫所により動物検疫証明書の添付が必要だと定められている項目

HS code	内容
0401	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甘味料を加えたものを除く(例:牛乳、クリーム等)) ※LL牛乳(乳等命令で定める「常温保存可能品」)を除く
0402	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甘味料を加えたものに限る(例:脱脂粉乳、加糖脱脂粉乳、脱脂粒乳、加糖脱脂粒乳、無糖練乳、加糖練乳等)) ※乳等命令で定める無糖練乳、無糖脱脂練乳を除く
0403	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 (濃縮若しくは乾燥をしてあるかないか又は砂糖その他の甘味料、香味料、果実、ナットもしくはココアを加えてあるかないかを問わない) ※乳等命令で定める発酵乳(ヨーグルト等)、乳酸菌飲料を除く
0404	ホエイ(濃縮若しくは乾燥をしてあるかないか又は砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わない)及びミルクの天然の組成分から成る物品(砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わないものとし、他の項に該当するものを除く)
0405	ミルクから得たバターその他の油脂及びデAIRリースプレッド ※乳等命令で定めるバターオイル(ギーを含む)を除く
0406	チーズ及びカード ※プロセスチーズを除く
3502.20 3502.90	ミルクアルブミン、濃縮ホエイ等、生乳・乳製品を原料とするもの ※分画精製された α -ラクトアルブミンを除く
2309.10 2309.90	生乳・乳製品を原料に含む飼料・ペットフード等 ※「ドライペットフード」及び

【参考】衛生証明書に係る品目リスト

台湾衛生福利部食品薬物管理署により衛生証明書の添付が必要だと定められている項目

HS code	内容
0401	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甘味料を加えたものを除く(例:牛乳、クリーム等))
0402	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甘味料を加えたものに限る(例:脱脂粉乳、加糖脱脂粉乳、脱脂粒乳、加糖脱脂粒乳、無糖練乳、加糖練乳等))
0403	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 (濃縮若しくは乾燥をしてあるかないか又は砂糖その他の甘味料、香味料、果実、ナットもしくはココアを加えてあるかないかを問わない)
0404	ホエイ(濃縮若しくは乾燥をしてあるかないか又は砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わない)及びミルクの天然の組成分から成る物品(砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わないものとし、他の項に該当するものを除く)
0405	ミルクから得たバターその他の油脂及びデAIRリースプレッド
0406	チーズ及びカード
9806	台湾当局が特別分類に規定する液状乳(カードを含む)

【出典】
農林水産省: <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/i-4/attach/pdf/yusyutu shinsei asia-293.pdf>
※更新: 2023年9月

※アイスクリーム類、調製粉乳は含まれない

3-2-4. 輸出規制調査：⑦-1 表示義務

包装済み食品のラベル表示は、「食品安全衛生管理法」により次に示す項目を中国語(繁体字)で、商品ごとに表示することが求められる。

なお、特に飽和脂肪酸やトランス脂肪酸に関する情報を含む栄養表示が義務付けられていることに注意が必要。

また、「消費者保護法第24条第2項」(輸入する商品あるいは役務には、中国語の表示および説明書を添付し、その内容は現産地での表示および説明書よりも簡略であってはならない)の解釈に基づき、原産地は国名及び都道府県名を明記する必要がある。

1. 商品名
2. 内容物の名称(2つ以上の原材料を混合している場合、それぞれの成分について割合の高い順に表示)
3. 重量・容量・数量
4. 食品添加物の名称(種類以上の食品添加物を使用する場合、機能名称をそれぞれ記載すること)
5. 企業名・電話番号および住所、輸入食品の場合、責任ある台湾内企業の名称・電話番号および住所
6. 原産地名(国名および都道府県名)
7. 有効期限
8. 牛乳、脱脂乳、練乳、加糖練乳、加糖脱脂練乳、生クリーム、フレーバーミルク、発酵乳、加工乳などの液状乳製品の場合は保存期限及び保存条件
9. 栄養成分
10. 遺伝子組み換え食品原材料が入っているかどうか
11. 中央政府所轄官庁によって指定されたその他の表示事項

また、「食品安全衛生管理細則」により、保存料、抗酸化剤、甘味料は名称だけでなく、用途も表示する必要がある。

【出典】

JETRO: <https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>

※調査時点:2022年8月

3-2-4. 輸出規制調査：⑦-2 表示義務

【栄養表示】

すべての包装食品は、「包装食品の栄養表示上の順守事項」により次の項目の栄養成分とその含有量を中国語(繁体字)で表示することが義務付けられている。

1. 「栄養表示」の文字
2. 1食分もしくは1包装あたり〇グラム(またはミリリットル)、本包装は〇個入り
3. (1)「1食分もしくは1包装あたり」と「100グラム(またはミリリットル)あたり」、または(2)「1食分もしくは1包装あたり」と「1日参考値に占めるパーセンテージ」
4. 熱量
5. タンパク質含有量
6. 脂肪、飽和脂肪(または飽和脂肪酸)、トランス脂肪(またはトランス脂肪酸)含有量
7. 炭水化物、糖含有量(糖は単糖と二糖の和)
8. ナトリウム含有量
9. 「包装食品の栄養表示上の順守事項」第2項で定義された栄養強調表示、または「包装食品の栄養強調表示上の順守事項」に記載されたその他の栄養含有量。その他の栄養素は製造者が自主的に記載する

【アレルギー表示】

牛乳およびその製品(ただし牛乳から抽出されるラクチトールを除く)は、「食品アレルギー表示規定」により、その容器またはパッケージに、アレルギー物質の名称を含む警告を表示しなければならない。

【出典】

JETRO: <https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>

※調査時点: 2022年8月

3-2-4. 輸出規制調査：⑦-3 表示義務

【鮮乳、加工ミルク、粉乳などに関する特別な表示】

さらに、鮮乳、加工ミルク(例えば濃厚ミルク、低脂肪乳など)、粉乳などに関しては、「鮮乳、保久乳(ロングライフミルク)、調味乳(フレーバーミルク)、粉乳製品の商品名およびラベルに係る規定」に基づき、次の表示が必要。

ただし、乳幼児向け食品、補助食品、特殊医療用乳幼児食品は、同規定の対象外。

1.商品名は次の各項に符合する必要がある

- ・ 鮮乳は、商品名として「鮮乳」、「鮮奶」、「牛/羊乳」または「牛/羊奶」
- ・ 保久乳(ロングライフミルク)は、商品名として「保久乳」、「牛/羊乳」または同等の文言
- ・ 調味乳(フレーバーミルク)は、商品名として「調味乳」、「牛/羊乳」または同等の文言。調味乳の場合、商品名として「調味乳」を用いない場合、製品の外装に「調味乳」という単語を中国語で示す必要がある
- ・ 保久調味乳は、商品名として「保久調味乳」、「牛/羊乳」または同等の文言。商品名として「保久調味乳」を用いない場合、製品の外装に「保久調味乳」という単語を中国語で示す必要がある
- ・ 乳飲料は、商品名として「乳飲品」、「牛/羊乳」または同等の文言。商品名として「乳飲品」を用いない場合、製品の外装に「乳飲品」という単語を中国語で示す必要がある
- ・ 保久乳飲料は、商品名として「保久乳飲品」、「牛/羊乳」または同等の文言。商品名として「保久乳飲品」を用いない場合、製品の外装に「保久乳飲品」という単語を中国語で示す必要がある
- ・ 粉乳は、商品名として「粉乳」または「奶粉」
- ・ 調整乳粉は、商品名として「調製乳粉」。商品名として「調製乳粉」を用いない場合、製品の外装に「調製乳粉」という単語を中国語で示す必要がある

2.市販する包装済み保久乳、保久調味乳および乳飲品は、包装上に中国語で滅菌方法を記載する

3.市販する包装済みの調整粉乳は、包装上に中国語で乳粉含有量の百分率を記載する

乳粉含有量の百分率とは、総重量に対する、固形乳粉製品に含まれる乳粉の重量の割合を指す。
計算方法は次のとおり

$$\text{乳粉含有量(\%)} = (\text{粉乳重量} \div \text{総重量}) \times 100\%$$

4.次の表示のフォントの長さとは幅は4mmより大きく、フォントの色はパッケージの背景色とは異なる必要がある

- ・ 前述1.における、商品名に保久乳、調味乳、保久調味乳、乳飲料、保久乳飲料、または調整粉乳を用いない場合、製品の外装には「長保久乳」、「調味乳」、「保久調味乳」、「乳飲料」「保久乳飲料」または「調整乳粉」という文言を表示すること
- ・ 調整粉乳における、乳粉含有量の百分率

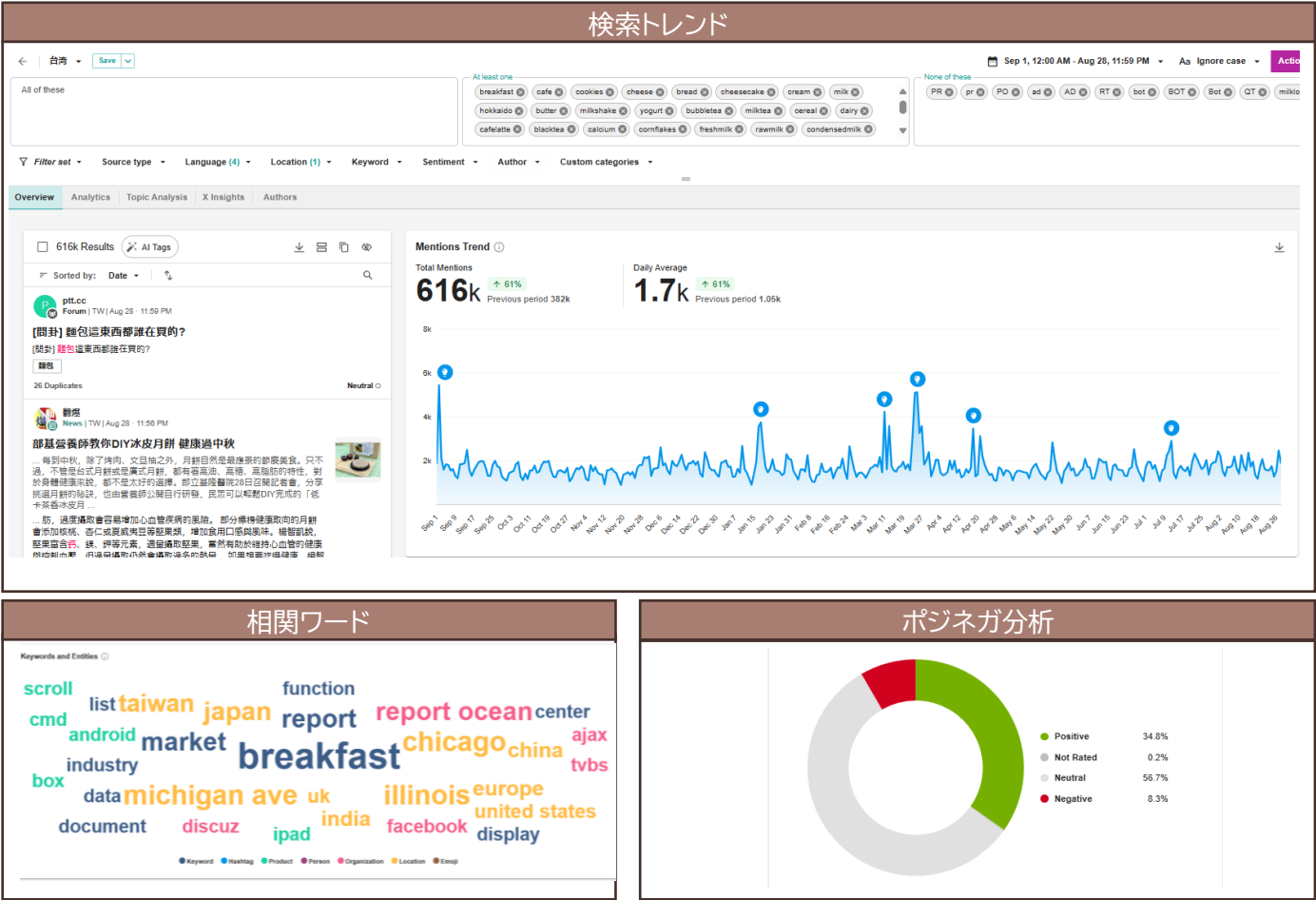
【出典】

JETRO: <https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/milk.html>

※調査時点:2022年8月



3-2-5. 消費喫食調査：①SNS調査ダッシュボード



【出典】 meltwater分析ダッシュボードより



3-2-5. 消費喫食調査：②SNS調査内容抜粋

モダンとトラディショナルの傾向が同程度。
紅茶やコーヒーに混ぜたり、果物と合わせて喫食するという投稿が見られた。

検索条件				検索結果
対象地域	言語	対象ソースタイプ	期間	投稿数
台湾	英語、台湾語、中国語	フォーラム /X/blog /製品レビュー	過去1年間	61.6 万件

トラディショナル ☆☆☆ モダン

項目		内容(抽出ワード)	トラディショナル/モダン
A.喫食シーン	いつ飲むか	<u>ヨーグルトなどは果実やフレークなどと合わせて、朝食や間食として食べられている。(breakfast)</u>	トラディショナル
	何と一緒に	台湾の朝食は小吃(シャオチー)という町中の屋台飯で食べられることが多いが、その際乳製品はパン食の人に多く飲食されている傾向がある。(breakfast, dairy)	トラディショナル
		<u>紅茶やコーヒーに牛乳やクリームを入れる飲み方も一般的なものとしてあるが、タピオカドリンクとして飲む場合も多く見受けられた。(milk)</u>	モダン
		マンゴーケーキ×牛乳/生クリームで食べられる傾向もある。(牛奶)	モダン
B.購入時重視する点	味	味に関する投稿は少なかったが、 <u>少数の意見として、後味を気にする(dairymilk社は苦く、ネスレは甘い等)投稿が散見された。(milk, dairy)</u>	モダン
		<u>そのまま飲むより、コーヒーや紅茶などと合わせて飲む投稿が多い。(coffee)</u>	トラディショナル
		バパイヤミルクや、タロイモミルクティーなど台湾原産食材の味は、夜市やテイクアウトドリンクで好まれている。(牛奶)	モダン
	品質	牛乳や乳製品に関する衛生面の投稿はほとんど見られなかった。(milk, dairy, clean, safe, sanitization, germs, bacteria)	—
		一方で粉ミルクについては、 <u>2008年の中国で起きた粉ミルク事件により、センシティブになっている投稿が少なからずあった。(powder-milk)</u>	トラディショナル
	価格	価格や質についての投稿もあまり見られなかった。(price, low, high)	—
	ブランド	時折日本の地名(Hokkaidoや函館等)が見られたが、ごく少数にとどまっていた。(Japanese, Japan, Hokkaido)	—



3-2-6. サプライチェーン調査：①業界マップ

統一や光泉など商品開発・製造部門では現地企業が強い。
配送や消費販売では日本企業の参入が見られる。



JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-2-6. サプライチェーン調査：②主要プレイヤー(製造)

乳製品と合わせて清涼飲料水や調味料類など、食品全般を取り扱うメーカーが多い。

企業名	国	業種	牛乳	プレーパーミルク	ヨーグルト	アイスクリーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Uni-President Enterprises(統一、TWN)	台湾	商品開発・製造	○	○	○	○			清涼飲料、コンビニエンスストア、即席めんなど
Standard Foods(佳格食品、TWN)	台湾	商品開発・製造					○	○	調味料類、健康食品
Wei Chuan Foods(味全食品工業、TWN)	アメリカ	商品開発・製造							調味料類、清涼飲料
Nestle Taiwan(台湾雀巢、TWN、非上場)	スイス	商品開発・製造					○		清涼飲料
STANDARD DAIRY PRODUCTS TAIWAN(佳乳食品、TWN、非上場)	台湾	商品開発・製造、生産者	○	○	○				-
Kuang Chuan Dairy(光泉牧場、TWN、非上場)	台湾	商品開発・製造、生産者	○	○	○				清涼飲料
GRAND DAIRY(華冠乳品、TWN、非上場)	台湾	インポーター						○	-
TAIWAN BIFIDO FOODS(台湾比菲多食品、TWN、非上場)	台湾	商品開発・製造			○	○			清涼飲料

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成



3-2-6. サプライチェーン調査：③主要プレイヤー（物流）

中国、香港、日本など近隣国系のプレイヤーが見られる。

社名	国	業種	概要	設立	売上(百万円)	期末従業員数
SF Holding Co Ltd	中華人民共和国	宅配便	ネットワークパートナーへの依存を最小限に抑え、業務を直接管理するアジア唯一の大手総合物流サービスプロバイダー。	2023/12	5,131,537	153,125
President Chain Store Corporation	台湾	配送	-	2023/12	1,431,053	N/A
Sinotrans Shanghai Cold Chain Logistics Co., Ltd.	中華人民共和国	トラック(低温物流)	2005年に当時国内最大の容量と最先端の構成を備えた単一冷蔵倉庫の設立に投資した。サードパーティのゴールドチェーン物流サービスにも参入している。	2012/12	847	200
ROYAL CARGO (THAILAND) COMPANY LIMITED	タイ	*国際貨物フォワーダー	貨物輸送および通関業務サービスを提供している。	2023/12	787	N/A
Kerry Logistics Network Limited	香港	配送		1981	870,000	33,100
HCT Logistics Co., Ltd.	台湾	配送		1950/2	46,000	3,000
Shan-Loong Transportation Co., Ltd.	台湾	配送		1965	66,240	5,000
TAIWAN YAMATO INTERNATIONAL LOGISTICS INC.	日本	配送		1984/4	N/A	128

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-2-6. サプライチェーン調査：④主要プレイヤー（販売消費）

販売(小売)セグメントでは現地系のChuan Lian Enterpriseのほか、フランス系のCarrefourや香港系Wellcomなどが展開している。

企業名	国	業種	牛乳	プレーパーミルク	ヨーグルト	アイスクリーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Starbucks Coffee Company Taiwan Limited	アメリカ	消費(外食・飲食店)	○	○					
Louisa COFFEE	台湾	消費(外食・飲食店)	○	○					
Gourmet Master Co., Ltd.	台湾	消費(外食・飲食店)	○	○					
CHUAN LIAN Enterprise Co., Ltd.	台湾	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Carrefour Co., Ltd	フランス	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Wellcom Co., Ltd.	香港	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
President Chain Store Corporation	台湾	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Hi-Life International Co., Ltd.	台湾	消費(外食・飲食店)	○	○	○	○	○	○	
President Starbucks Coffee Taiwan Limited	アメリカ	消費(外食・飲食店)	○	○					
La Kaffa International Co., Ltd.	台湾	消費(外食・飲食店)	○	○					
Yaming World) Co., Ltd.	台湾	消費(外食・飲食店)	○	○					
Gourmet Master Co., Ltd.	台湾	消費(外食・飲食店)	○	○					
Regent International Hotels Ltd.	台湾	消費(ホテル・旅館)							
Silks Hotel Group	台湾	消費(ホテル・旅館)							

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-2. 対象国調査:台湾



台湾



3-2-7. 現地調査

【調査対象】

店名	全聯福利中心 (Px mart)	家樂福超市 (Carrefour)	City Super	Don Don Donki/ JONETZ	Seven Eleven
業態	現地 スーパーマーケット	現地 スーパーマーケット	高級 スーパーマーケット	ディスカウントストア	コンビニエンスストア
国内店舗数	約1,100店舗	約140店舗	8店舗	6店舗	約6,300店舗

【調査サマリ】

業態別の傾向

- スーパーマーケット(Carrefour など)では輸入品を幅広く取り扱い、容量や脂肪分の選択肢が豊富
- ディスカウントストアでは日本産の練乳やアイスが多く取り扱われる
- コンビニエンスストアでは小容量のヨーグルトが中心で、利便性を重視している傾向

牛乳乳製品の取り扱い状況

- どの業態でも積極的に幅広く展開されるが、特に牛乳とアイスクリームのSKUが多い

日本産牛乳乳製品について

- スーパーマーケットとディスカウントストアにて、取り扱われることが多い
- 取り扱いは牛乳よりも練乳、アイスなどが多い
- 主要メーカーは森永、明治、ロッテなど

※調査詳細は別添資料1参照のこと

3-2-8. 消費者ヒアリング

【調査手法】

Webアンケート調査

【調査対象】

過去3年以内に、日本産牛乳乳製品の購入履歴のある台湾に居住している方をスクリーニングし、20代～60代の各年代男女5名ずつ、計50名を対象とした

【調査サマリ】

商品カテゴリの傾向

- アイスクリーム、チーズ、牛乳の購入回数が多く、普段から日本産品の購入をしている回答者が全体の94%を占める
- 購入時は美味しさに次いで栄養価等の成分を重視

日本産牛乳・乳製品の味、価格

- 味の評価が高いのは次の順番…アイスクリーム、低脂肪乳・ホイップクリーム
- 各商品カテゴリ共に、価格もリーズナブルという評価が多い
- アイスクリームに関してはやや高いと感じられている印象がある

日本産牛乳・乳製品のパッケージ、ラベル表記

- 容量に対する要望はほぼ無い
- 分かりやすく日本産であることを伝えるデザインが要望されている(牛乳、アイスクリーム、チーズ、ヨーグルト)

日本産牛乳乳製品のイメージ

- 安心・安全が最上位
- 価格は品質に対して「安い」というイメージが、「高い」を若干上回っている
- プロモーションはあまりやっていないと感じる傾向にある
- 色々な場所で買える事への評価は高い

※調査詳細は別添資料2参照のこと

3-2-9. 関係者ヒアリング

	ヒアリング項目	回答
市場の全体像とトレンド	市場規模と成長性	市場規模は約2,250億円(内牛乳80%)、年率3-4%程度で成長
	消費トレンドの変化	タピオカやコーヒー系飲料、フレーバーミルクの需要増加傾向
	オーガニック製品等の影響	若年層を中心にオーガニックミルクや植物由来ミルクの需要が拡大
消費者動向	主要な消費者層	基本的に全世代が消費、若年層にはフレーバーミルク等人気
	消費者の購入時重要視する点	価格が重要、近年は品質も重視される
	競合製品との関係	植物由来ミルクの需要は急速に拡大している
ブランドと競合分析	主要ブランドのシェア	ローカル:60~70%、グローバル:30~40%
	新規参入の難易度	日本製品の需要はあるが、価格面に懸念、購入層に限られる
価格戦略	価格帯の分析	日本等輸入品は高価格帯、ローカルは低価格帯と住み分け
	価格競争	ローカルブランドが輸入品に対し、安い価格で展開されている
	プロモーションの有効度	割引やプロモーションは販売促進に有効
流通チャネル	主要な販売チャネル	スーパー:70~80%、コンビニ:10~20%
	オンライン販売の成長	成長中、オンラインの注文→店舗受け取りなども増加
	ロジスティクスの課題	COVID後、外食→自家消費への需要遷移に伴いLL製品の需要増
消費者教育とマーケティング	健康意識と教育の重要性	政府主導にて小学校・幼稚園に週2回、牛乳を供給する政策を実施
	認証マークの影響	CASやTQF等基本的な認証は消費者に影響なし
	マーケティング手法	TVCMに加え、インフルエンサーを活用したSNSプロモも盛んに行われる
その他		日本産品は日本語パッケージの上に中国語記載シールを貼られる

※輸入関係者や製造事業者、小売り事業者等複数名にヒアリングを行った。

3. 対象国調査

1. シンガポール
2. 台湾
- 3. 香港**
4. マレーシア
5. ベトナム

3-3-1. 基本情報

基本情報(2023年時点)	
人口	7.5 百万人
公用語	広東語、中国語、英語
面積	1,110 km ²
名目GDP	377.0 十億USD
一人あたり名目GDP	50,029.8 USD

乳製品の消費傾向
- 一人当たり牛乳消費量は24.39 kgで、日本の46.8 kgより大幅に少ない。一人当たりバター消費量は1.06 kgで、日本の0.62 kgより多い - 日本産品は味や品質に対する評価が高く、価格も高くないものがあることから、特別な時みならず日常使いとしても購入している人も多い

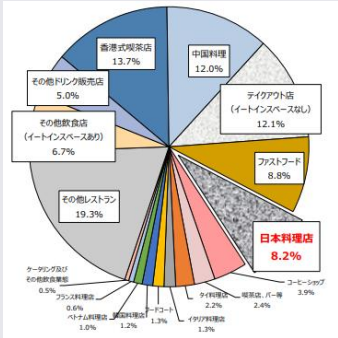
食文化

【小売】

- スーパーマーケットは地元資本の2グループ(Dairy FarmとA.S.Watson)が7割以上を占める寡占状態
- コロナ禍を経てネット通販の利用者が増加
- 日本産生鮮食品は日系スーパーマーケットでの取り扱いが多い。近年は地元系高級スーパーマーケットでも取り扱われている

【外食】

- 長期にわたる日本食ブーム、特にラーメン店や寿司チェーンでは行列ができる
- 2019年頃まで中華料理が30%超の店舗数シェアを占めていたが、コロナ禍を経てシェア低下。日本料理店はシェア上昇



飲食業の業種別シェア(2022年)

【出典】

IMF: [World Economic Outlook \(April 2024\) - Population \(imf.org\)](#)

外務省: [香港基礎データ | 外務省 \(mofa.go.jp\)](#)

JETRO「香港への農林水産物・食品の輸出に関するカントリーレポート」、「香港への農林水産物・食品の輸出に関するカントリーレポート(牛乳・乳製品)」: [香港 | 農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム - 農林水産物・食品の輸出支援ポータル - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

3-3-2. 対象国調査サマリ

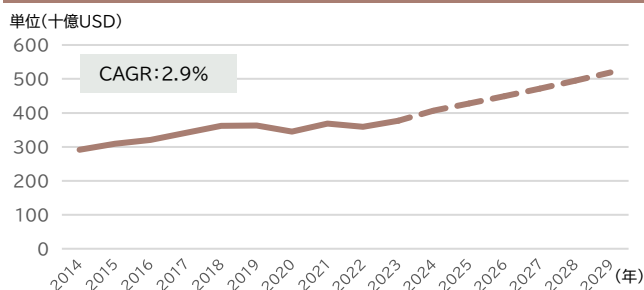
カテゴリ	動向
統計調査	- 人口は大きな増減はないものの、GDPは増加傾向(CAGR:2.5%) - 牛乳(HS code:0401)の輸入量は拡大傾向(CAGR:2.64%)
輸出規制調査	- 牛乳・乳製品への関税は非課税 - 輸出にあたり衛生証明書、輸入事業者証明書、輸入申請書など各種書類提出が必要
消費・喫食調査	- 牛乳は朝食の際によく飲まれる - ミルクティーとしての飲用も見られる
サプライチェーン調査	- 商品開発・製造セグメントではMengniu Dairyが幅広い商品カテゴリを展開 - 販売(小売)では現地系WellcomeやParkinShopのシェアが大きい
現地調査	- 牛乳乳製品はどの業態でも広く取り扱われ、特に輸入品が充実している - 全体的に牛乳とチーズのSKUが多い
消費者アンケート調査	- 日本産牛乳のイメージは「安心安全」「美味しい」が強い - 他対象国に比べ、味への評価が厳しい結果となった
関係者ヒアリング	- 健康志向の高まりから機能性乳製品や低脂肪乳の需要が高まっている - イスラム教徒が一定数いるため、ハラール認証対応は必要

3-3-3. 統計調査：①経済・人口情報

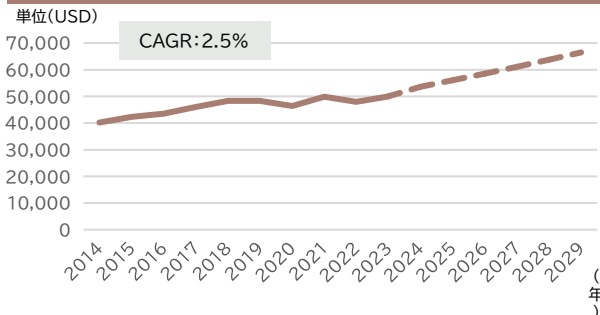
名目GDP、一人当たり名目GDPはいずれも伸長傾向で、今後も継続して成長していく予測。
人口は大きく増減なく、横ばい傾向。

GDP関連

名目GDPの推移と展望*

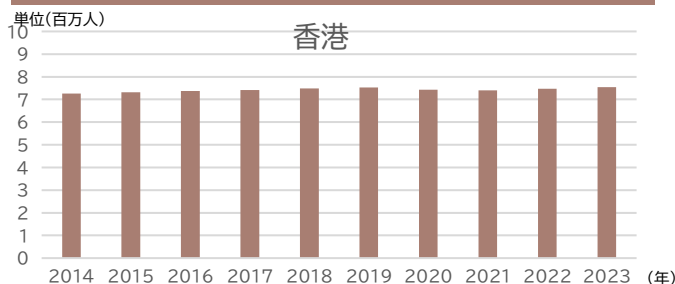


一人当たり名目GDP*



人口関連

人口推移



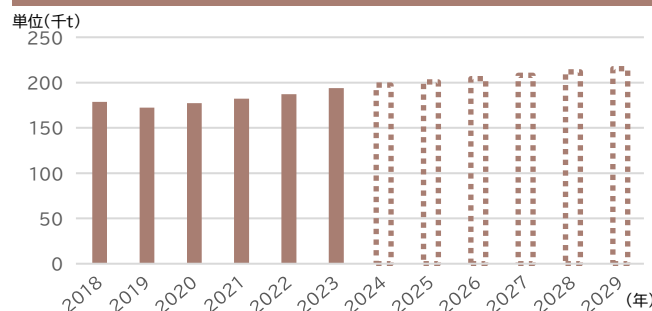
【出典】
IMF「World Detasets」:[IMF DataMapper](#)
*2024年以降は予測値

3-3-3. 統計調査：②牛乳消費動向

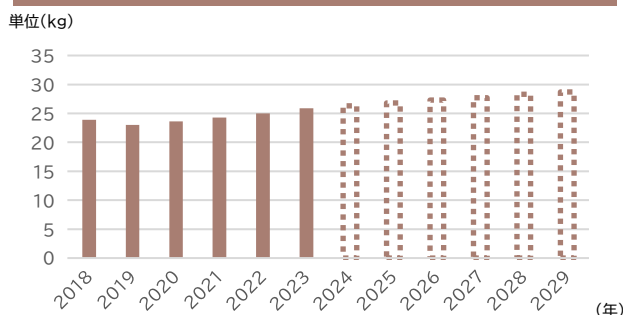
国全体の消費量、一人当たり消費量のいずれも続伸傾向。

消費

牛乳、加工乳等 消費量*



一人当たり牛乳、加工乳等 消費量*



【出典】
Statista:[Milk - Taiwan | Statista Market Forecast](#)
*2024年以降は予測。家庭内におけるregular fresh milk, full-fat milk, reduced-fat milk, low-fat milk, skimmed milk, semi-skimmed milk, regular pasteurized milk, ultra-pasteurized (UHT) milk, raw milk, flavored milk, barista milk, lactose-free milk等の消費の合計量。その他の製品カテゴリや家庭外消費は含まない。

3-3-3. 統計調査：③対象品目輸入状況

直近10年で輸入量は増加したものの、2018年以降は横ばいである。

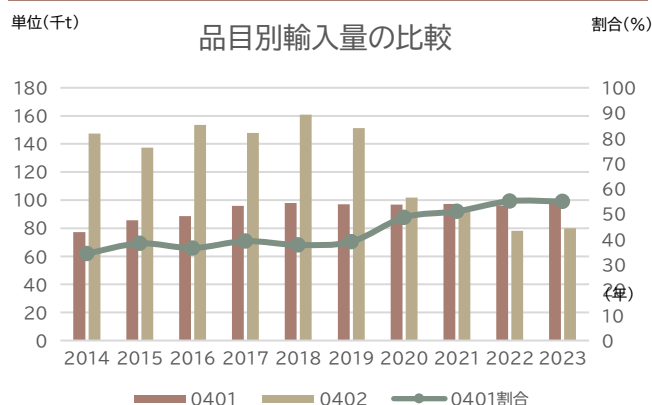
牛乳および乳製品の輸入量の比較

<比較年> 2014年 2023年	HS CODE : 0401	2014	2023
	輸入総額(百万USD)	104.4	130.4
	輸入総量(千t)	77.3	97.6
	輸入先国数	28	27

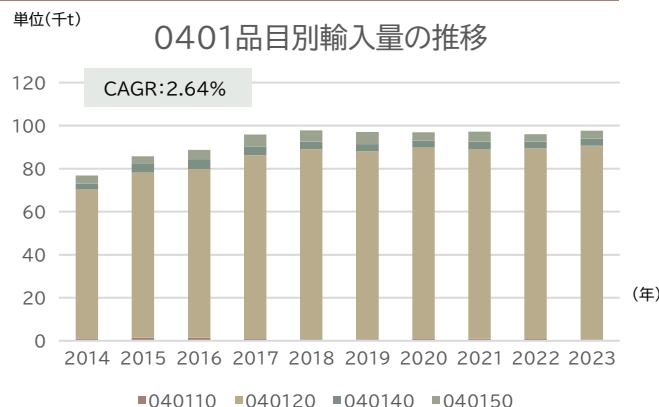
※ 政府資料等に牛乳・乳製品の生産量や自給率に関する記述は見られず、ほぼ全量を輸入に頼っている。

2014年から2023年における輸入量の推移

品目別輸入量の比較



0401品目別輸入量の推移



JETROデータベース「貿易統計」を参考に弊社作成

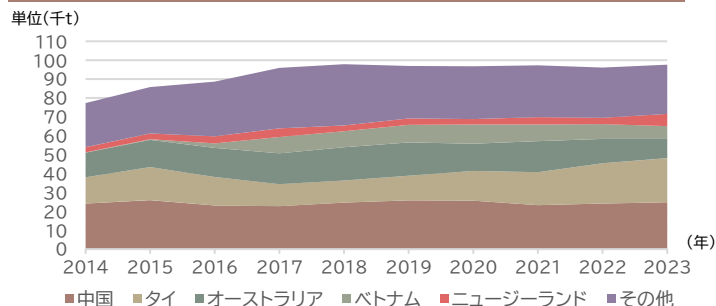
※0401, 0402はそれぞれHS CODE 0401:牛乳及びクリーム

0402:牛乳及びクリーム(濃縮もしくは加糖したもの)

3-3-3. 統計調査：④対象品目輸入内訳

輸入量は緩やかに増加。2023年時点でタイと中国で輸入量の約5割のシェアを占める。

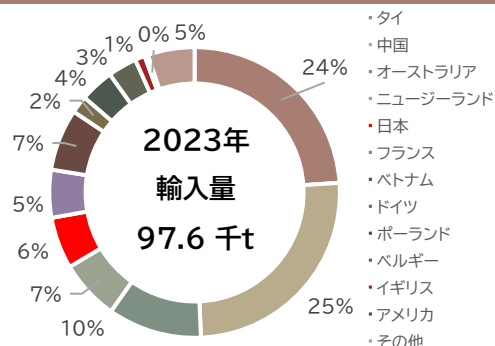
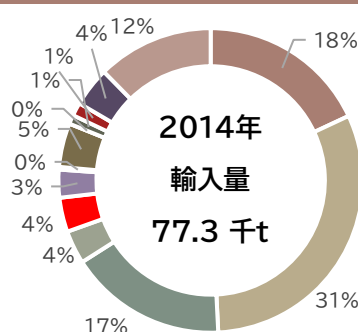
輸入国TOP5推移



参考:品目別輸入量の比較

HS CODE : 0401	2014	2023
輸入総額(百万USD)	104.4	130.4
輸入総量(千t)	77.3	97.6
輸入先国数	28	27

2014年と2023年の主要輸入国比較



<抜粋>
2014年
2023年

JETROデータベース「貿易統計」を参考に
弊社作成



3-3-4. 輸出規制調査：①関税

原則、すべての品目で関税がかからない。

【出典】
JETRO: [関税制度 | 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点: 2024年7月

3-3-4. 輸出規制調査：②輸入割当制度

牛乳に適応される割当制度は確認されなかった。

【出典】
JETRO: [関税制度 | 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点: 2024年7月

3-3-4. 輸出規制調査：③提出が必要になる書類

提出が必要になる書類が非常に多い。
※実際の輸出にあたっては、場合によりこれら以外の提出書類を求められる場合がある。

デスクトップ調査による要否の他、状況によってはさらなる書類も求められる。

凡例
●: 必要であることが確認できた書類
△: 必要となるケースがある書類

書類名	提出要否 (デスクトップ調査による)	実態 (有識者ヒアリングによる)
衛生証明書	●	● ※10日～2週間程度
産地証明書	-	△ ※品目によって要求される場合がある
放射性物質検査報告書	●	● ※放射線対象地域のみ
輸入事業者証明書	●	● ※乳、乳飲料及びクリームを輸入するときのみ
牛乳/乳飲料/クリームの輸入申請書	●	●
加工工場における加熱処理方式と施設 (生産設備と給水設備を含む)に関する資料	●	● ※乳、乳飲料及びクリームを輸出する場合
その製品およびその品質保持期限を証明する 製造者の申告書	-	△
FEHDによる輸入許可証など	●	●
自由販売証明書	-	-
適正製造規範証明書	-	△ ※乳、乳飲料及びクリームを輸出する場合 のライセンス取得時に必要になる可能性 大
分析証明書	-	△
獣医学的健康証明書	-	△
食品安全データシート	-	△

【参考】輸入申請書

- 輸入申請書



Application form to be sent to :
Centre for Food Safety
Food and Environmental Hygiene Department
43rd Floor, Queenway Government Offices,
66 Queenway, Hong Kong
Tel. No. : 2867 5561
Fax No. : 2521 4784

Application for Importation of Milk/Milk Beverage/Cream*

Part A : Particulars of Application

I. Particulars of Importer :
(i) Company Name : _____
(ii) Business Registration Certificate No. : _____
(iii) Contact Person : _____
(iv) Address : _____
(v) Telephone No. : _____ Fax No. : _____

II. Brand Name, Type and Packing Size of Milk, Milk Beverage or Cream : _____

III. Place of Origin : _____

IV. Name and Address : _____

V. Heat Treatment Method used : _____

VI. Means of Transportation to the HKSAR : _____ By land/sea/air*

Part B : Pre-requisite information to be submitted to the Food and Environmental Hygiene Department
(a) the full name and address of the milk, milk beverage or cream processing plant;
(b) the law of the place of origin governing the production of milk, milk beverages or cream;
(c) empty containers of the milk, milk beverage or cream with labels;
(d) information on the heat treatment method of the milk, milk beverage or cream and facilities including production equipment and water supply in the processing plant;
(e) a certificate from an appropriate authority in the place of origin certifying the adequacy and effectiveness of the heat treatment method in pasteurising or sterilising the milk, milk beverage or cream and that the products have been handled, processed and packed under hygienic conditions;
(f) a laboratory report showing the chemical and bacteriological quality of the products; and
(g) a statement from the manufacturer confirming the approximate shelf-life of the products.

Name of Applicant: _____ Signature & _____
(IN BLOCK LETTERS) Company Chop
Date: _____

【出典】食物環境衛生署,
[Application for Importation of Milk/Milk Beverage/Cream](#)

3-3-4. 輸出規制調査：④食品規格

「食品および薬品(成分および表示)規則」[Cap.132W Food And Drugs(Composition And Labelling)Regulations]における乳製品の規格は以下の通り。

品名	規格
Milk/reconstituted milk	乳脂肪分3.25%以上 無脂乳固形分8.5%以上
Semi-skimmed milk	乳脂肪分1.5%以上かつ1.8%以下 無脂乳固形分8.5%以上
Skimmed milk	乳脂肪分0.3%以上 無脂乳固形分8.5%以上
Milk beverage	乳脂肪分0.1%以上

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(香港\) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点:2022年7月

3-3-4. 輸出規制調査：⑤-1 成分と処理

- ・ 残留農薬および動物用医薬品

使用される農薬について、ポジティブリスト制を採用している。

「食品中の残留農薬規則」(Cap.132CM Pesticide Residues in Food Regulation) (香港特別行政区基本法)Schedule 1に挙げられている、農薬と食品との組み合わせごとに定められている最大残留基準値/外因性最大残留許容量に照らし、含有量が規定値を超えている場合、該当する食品の輸入・販売などは禁止されている。

また、Schedule 2には規制対象外の農薬が挙げられている。

また、牛乳・乳製品内に残留する動物用医薬品については、「食品有害物質規則」(Cap.132AF Harmful Substances in Food Regulations)のSchedule 1に挙げられている物質が規定量を超えている場合、また同Schedule 2に挙げられている物質が含まれている場合、該当する食品の輸入・販売などは禁止されている。

- ・ 重金属および汚染物質

「2018年食品混入不純物(金属汚染物質含有量)(改正)規則」(Cap.132V Food Adulteration (Metallic Contamination)(Amendment)Regulations 2018)では、規制対象となる「特定金属」の含有上限量とそれに対応する「特定食品」を列挙しており、当該食品が「特定食品」を原料として含む場合には、同法の基準に従う必要がある。

なお、規制対象である「特定金属」と「特定食品」の組み合わせおよび含有上限量については、「2018年食品混入不純物(金属汚染物質含有量)(改正)規則」の付表第2部(Part 2 Maximum Level of Metal in Food)にリスト化されている。

複数の原料から構成される「複合食品」についても、「特定食品」が配合されている場合には規制対象となる。

また、改正規則3(4)に規定されたとおり、「複合食品のすべての原料が特定食品に該当する場合」には、当該「複合食品に含まれる特定金属の上限量は、各原料の特定金属の上限量に、この複合食品に含まれる各原料の割合、または重量比を乗じた値の合算」となる。

加えて、「特定金属」ではない金属であっても、危険値である、または有害性が疑われるような量の金属を含有する食品はいかなるものでも、ヒトの消費用に輸入・委託・配送・製造・販売することが禁止されている。

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(香港\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点: 2022年7月

3-3-4. 輸出規制調査：⑤-2 成分と処理

- ・ 有害物質

「食品有害物質規則」(Cap.132AF Harmful Substances in Food Regulations)(香港特別行政区基本法)のSchedule 1に挙げられている物質が規定量を超えている場合、また同Schedule 2に挙げられている物質が含まれている場合、該当する食品の輸入・販売などは禁止されている。

2021年7月14日には、「2021年食品有害物質(改正)規則(Harmful Substances in Food (Amendment) Regulation (2021))」が可決されました。上記規則により、一部成分の許容基準値が厳格化または新設となり、2023年6月1日から施行される。

水素添加油脂の使用については、部分的禁止や原材料表示などの新たな規則が設けられ、改正後の規則は2023年12月1日から施行される。

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(香港\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点: 2022年7月

3-3-4. 輸出規制調査：⑤-3 成分と処理

- ・ 食品添加物

食品一般につき、着色料・甘味料・食品保存料に関する規制がある。

着色料に関しては「食品着色料規則」(Cap.132H Colouring Matter in Food Regulations)のSchedule 1に挙げられている着色料を使用することができる。
また、天然色素については、同規則には掲載されていませんが、一部は使用が認められる。
その他参考情報の「許可された着色料:天然色素」を参照。

甘味料に関しては「食品甘味料規則」(Cap.132U Sweeteners in Food Regulations)のScheduleに挙げられている甘味料を使用することができる。

食品保存料に関しては「食物中の保存料規則」(Cap.132BD Preservatives in Food Regulation)のSchedule 1, No.1に挙げられている食品保存料を、規定量の範囲内で使用することができる。

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(香港\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点: 2022年7月

3-3-4. 輸出規制調査：⑥-1 衛生検疫

- ・ 食物環境衛生署(FEHD)への登録

「食品安全条例」(Cap.612 Food Safety Ordinance)では食品輸入業や食品卸売業を行うすべての事業者に対し、食物環境衛生署(FEHD)への登録が義務付けられている。

ただし、FEHDから香港ホーカー(屋台)のライセンスを取得済み、FEHDに食品輸入業者として登録されているなどの場合、卸売業者の登録は免除される。

また、牛乳・乳飲料を販売する際は、「ミルク規則」(Cap.132AQ Milk Regulations)第13条により、次のとおり製品を10℃以下で保管する必要がある。

密閉容器に入れた滅菌ミルクまたは殺菌乳飲料を除き、販売を目的とした牛乳・および乳飲料を、10℃を超える場所で保管してはならない。

密閉容器に入れた滅菌ミルクまたは殺菌乳飲料を除き、貿易などのビジネス目的での輸送では、いかなる者も、輸送期間中の温度が10℃を超える環境で牛乳・乳飲料を輸送してはならない。

- ・ 東京電力福島第一原子力発電所事故に伴う規制

福島県産の牛乳、乳飲料、粉乳は輸入が禁止されている。

茨城県、栃木県、群馬県および千葉県産の牛乳、乳飲料、粉乳については、条件付き(輸出事業者証明書および放射性物質検査証明書の添付)で輸入が可能。

輸出事業者証明書・放射性物質検査証明書の発行については最寄りの農政局に申請する。

また、輸入時に香港側で全ロット検査が行われており、国際食品規格委員会(Codex Alimentarius Commission)の定めた基準を超えるものについては即座に差し押さえられ、処分される。

ただし、上記4県に福島県を加えた5県以外の産地、ならびにこれら5県に対する特別な規制を設けていない品目に関し、日本産食品の航空便と船便の到着時に義務付けていた貨物ごとの放射性物質検査については2021年1月1日から一部廃止され、サーベイランス検査(一定頻度の抜き取り検査)に移行した。

- ・ ランダム検査

輸入時のランダム検査の対象となる可能性がある。

検査の結果、問題がないと判断された場合、「リリースレター(Release Letter)」が発行され、輸入が認められる。

FEHD は、リリースレターについて、貨物の到着通知の受領日または実際の到着日のどちらか遅いほうから 14 営業日以内に発行することを約束している。

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(香港\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点: 2022年7月

3-3-4. 輸出規制調査：⑥-2 衛生検疫

香港特別行政区基本法「ミルク規則」(Cap.132AQ Milk Regulations)第6条により、次の乳・乳飲料については販売が禁止されている。

- ・ 2回以上熱処理された乳・乳飲料(輸入された冷凍低温殺菌全乳を除く)
 - ・ 熱処理前に1mlあたり20万を超える細菌を含む、あるいは、1mlの1000分の1(0.001)の大腸菌を含む
 - ・ 同規則Schedule1に記載されている低温殺菌のいずれかの方法で熱処理した後、1mlあたり3万を超える細菌を含むか、あるいは1mlの10分の1(0.1)の大腸菌を含む
 - ・ 同規則Schedule1に記載されている殺菌方法で熱処理した後、10以上の細菌群が存在する
- ・ 食品包装規制
- 牛乳および乳製品の容器については、香港食物環境衛生署(FEHD)に輸入許可申請を行う際、ラベル付きの容器を送付し、事前に許可を得る必要がある。

【出典】
Center for Food Safety Food and Environmental Hygiene Department: [Import control of milk and milk beverage](#)

【参考】ミルク規制上の品目定義

ミルク規制(Cap.132AQ Milk Regulations)における品目の定義は以下の通り。

品目名称	定義
cream (忌廉)	脂肪分が多いmilkの一部。
milk (奶類)	牛の乳、水牛の乳、ヤギの乳、クリーム、冷凍または還元された乳・クリーム。 ただし、粉乳、コンデンスミルク、還元乳は含まない。

【出典】
電子版香港法令: [Cap. 132 Public Health and Municipal Services Ordinance](#)

3-3-4. 輸出規制調査：⑦表示義務

・ラベル表示

「食品および薬品(成分および表示)規則」[Cap. 132W Food and. Drugs(Composition and Labelling)Regulations]に基づき、香港内で販売する商品に対して食品製造者および包装業者は、次の項目を英語または中国語、あるいは英語と中国語の併用で表示することが求められる。

- 1.食品名
- 2.原材料リスト(原材料、アレルギー性物質、添加物を含む)
 - ・原材料:重量または容量の多い順に表示する。ただし、単一の原料で構成されているものについては不要
 - ・アレルギー性物質:グルテンを含む穀物、甲殻類および甲殻類製品、卵および卵製品、魚および魚製品、ピーナッツ・大豆およびそれらの製品、牛乳および乳製品(乳糖を含む)、木の実とナッツ製品、10ppm以上の亜硫酸塩
 - ・添加物:コーデックス委員会(CODEX)による国際番号システム(INS)に基づく(a)機能分類および(b)名称または識別番号または「E」もしくは「e」から始まる識別番号
- 3.消費期限(use by date)または賞味期限(best before)
- 4.賞味期限(“best before”)および消費期限(“use by”)は、アラビア数字、または英語または中国語で表示する必要がある
 - 1.例: Best before: 1 Oct 2016(英語)、此日期前最佳: 2016年10月1日(中国語)
- 5.保管に対する特別な条件、または使用上の注意に関する説明
- 6.製造者または包装業者の名前と住所(英語)
 - ただし、特定の条件を満たせた場合、表示義務が免除される

牛乳・乳飲料の表示については、これらに加えて、次の表示が必要となる

- 7.内容物を処理した者の氏名と住所
- 8.内容物の加熱処理方法

また、無脂肪牛乳(離脂奶:法令上定義なし)、脱脂乳(脱脂奶:定義第 9条規定にあり。脂肪分が0.3%以下)、部分脱脂乳(部分脱脂奶:定義なし)は、容器に規定の表示またはラベルを貼付しなければならない。

また、牛乳、クリームあるいは牛乳類似と表示される次の飲料が入った容器には、その主原料を正確に表示するものとされている。

牛乳あるいは還元乳を含むが、Schedule 1のPart IIに規定された成分基準に従っていない飲料

販売目的のため、商品名、商品表示に「milk」あるいは「cream」、もしくは「奶」や「忌廉」という漢字、あるいはその飲料が牛乳あるいはクリームを含有していることを示唆する言葉や漢字が入っている飲料

豆乳またはココナッツジュース(ココナッツ自体は除く)その他、色、味、見かけあるいは濃度が牛乳に似ている飲料

【出典】
JETRO:生乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き(香港) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 香港 - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ
※調査時点:2022年7月

3-3-6. サプライチェーン調査：①業界マップ

商品開発・製造セグメントではMengniu Dairyが幅広い商品カテゴリを展開。



JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-3-6. サプライチェーン調査：②主要プレイヤー(製造)

中国系のシェアが大きい。

特にMengniu Dairyは幅広い商品セグメントに事業展開している。

企業名	国	業種	牛乳	フレーバーミルク	ヨーグルト	アイスクリーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Fonterra Co-operative Group Limited	ニュージーランド	インポーター、商品開発・製造	○	○			○	○	コンデンスミルク、クリーム
China Mengniu Dairy Company Limited	中国	商品開発・製造	○	○	○	○	○	○	
Inner Mongolia Yili Industrial Group Co. Ltd.	中国	商品開発・製造	○			○	○		
Nestle Hong Kong Ltd.	スイス	商品開発・製造	○		○	○	○		コンデンスミルク、コーヒー、菓子、健康食品
PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	インドネシア	商品開発・製造	○	○		○			バター、コンデンスミルク
China Feihe Ltd	中国	商品開発・製造					○		
PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk	インドネシア	商品開発・製造	○	○					コンデンスミルク、清涼飲料水
PT Cisarua Mountain Dairy Tbk	インドネシア	商品開発・製造	○		○				食肉加工品
Bellamy's Australia Ltd	オーストラリア	商品開発・製造			○		○		



3-3-6. サプライチェーン調査：③主要プレイヤー(物流)

SF Holdingsなど中国系が強い。

企業名	国	業種	特色	設立年月	売上(百万円)	期末従業員数
SF Holding Co Ltd	中華人民共和国	宅配便	ネットワークパートナーへの依存を最小限に抑え、業務を直接管理するアジア唯一の大手総合物流サービスプロバイダー。	2023/12	5,131,537	153,125
China Railway Special Cargo Logistics Co Ltd	中華人民共和国	*鉄道	鉄道輸送専門の輸送企業。	2023/12	212,118	3,174
Yamato International Logistics (Hong Kong) Ltd	香港	*宅配便	ドア・ツー・ドア配送サービス、国際貨物輸送サービスを提供している。	2022/12	15,794	220
Heng Tai Consumables Group Ltd	香港	酒類・食品卸	日用消費財(FMCG)、農産物、物流サービスの販売事業を行っている。	2023/06	7,726	280
YCH LOGISTICS (MALAYSIA) SDN. BHD.	マレーシア	*トラック(企業物流)	倉庫保管、輸送、物流サービスを提供している。	2022/12	4,642	N/A
YCH DISTRI PARK SDN. BHD.	マレーシア	-	セントラルディストリビューションセンターの運営をしている。	2022/12	1,553	N/A
ROYAL CARGO (THAILAND) COMPANY LIMITED	タイ	*国際貨物フォワーダー	貨物輸送および通関業務を行っている。	2023/12	787	N/A

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-3-6. サプライチェーン調査：④主要プレイヤー(販売店)

販売(小売)は現地系のWellcomeとParkinShopのシェアが大きい。

販売(外食・飲食店)も現地系が多い。

企業名	国	業種	牛乳	プレーパーミルク	ヨーグルト	アイスクリーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Wellcome Co., Ltd.	香港	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
ParknShop Limited	香港	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Dairy Farm Group International Holdings Limited	香港	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Convenience Retail Asia Limited	香港	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Maxim's Creators Limited	香港	販売(外食・飲食店)	○	○					
Pacific Coffee Company Limited	香港	販売(外食・飲食店)	○	○					
The Coffee Academics Limited	香港	販売(外食・飲食店)	○	○					

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-3-7. 現地調査

【調査対象】

店名	惠康 (Wellcome)	City Super	AEON STYLE	Don Don Donki	Seven Eleven
業態	現地 スーパーマーケット	高級 スーパーマーケット	日系 スーパーマーケット	ディスカウントストア	コンビニエンスストア
国内店舗数	約280店舗	6店舗	12店舗	10店舗	約950店舗

【調査サマリ】

業態別の傾向	牛乳乳製品の取り扱い状況	日本産牛乳乳製品について
- 日系スーパーマーケットは商品構成を幅広く、輸入品を中心に扱う - 現地スーパーマーケットでも幅広い商品を取り扱うが、特に練乳が多い - ディスカウントストアでは、日本産のアイスが充実しているほか、高付加価値商品も多く取り扱う	- どの業態でも積極的に幅広く展開され、輸入品の取り扱いが多い - 取り扱われる品目の中でも、特に牛乳とチーズのSKUが多い	- 日系スーパーマーケットとディスカウントストアにて、取り扱われることが多い - 取り扱いはアイスクリームやヨーグルトが多い - 主要メーカーは雪印メグミルク、森永、明治など

※調査詳細は別添資料1参照のこと

3-3-8. 消費者アンケート調査

【調査手法】

Webアンケート調査

【調査対象】

過去3年以内に、日本産牛乳乳製品の購入履歴のある香港に居住している方をスクリーニングし、20代～60代の各年代男女5名ずつ、計50名を対象とした

【調査サマリ】

商品カテゴリーの傾向	日本産牛乳・乳製品の味、価格	日本産牛乳・乳製品のパッケージ、ラベル表記	日本産牛乳乳製品のイメージ
- 低脂肪乳とアイスクリームの購入回数が最上位で並んでいる - 日本産品に続く2位はオーストラリア産、3位は中国産となっている点が他国と異なっている	- 他国に比べて味の評価はいくぶん厳しめとなっており、「大変美味しかった」が最も多いアイスクリームでも全体の50%であった - 価格はリーズナブルとの評価が大半で、唯一ヨーグルトのみで「やや高い」が目立つ程度であった	- パッケージは現状への満足度が高い - チーズ、練乳等一部では大きな容量への期待がある - ラベル表記は日本語表記のままでもOKとの回答が大半を占めている	- 上位から、安心・安全、美味しさ、パッケージがおしゃれという評価 - 全体として「価格が高め」「あまりプロモーションをやっていない」という印象が他国に比べて大きい

※調査詳細は別添資料2参照のこと

3-3-9. 関係者ヒアリング

ヒアリング項目		回答
市場の全体像と トレンド	市場規模と成長性	市場規模は約750億円、3-4%で成長中の市場
	消費トレンドの変化	健康志向の高まりから機能性乳製品や低脂肪乳の需要が高まる
	オーガニック製品等の影響	少しずつ広がりを見せている
消費者動向	主要な消費者層	全世代が消費するが、特に健康意識の高い若年層の女性に人気
	消費者の購入時重要視する点	価格はそれほど重要視されていない
	競合製品との関係	植物由来ミルクの需要が高まっている
ブランドと 競合分析	主要ブランドのシェア	グローバル:70-80%、ローカル:20-30%
	新規参入の難易度	既存ブランドとの差別化、サプライチェーンの確立が必要
価格戦略	価格帯の分析	ブランドによって住み分けされている
	価格競争	輸入食品が多い市場であるため、低価格競争は行われていない
	プロモーションの有効度	割引やプロモーションの効果は大きく、売り上げ増に貢献する
流通チャネル	主要な販売チャネル	スーパー:60-70%、コンビニ:20%、EC:10%、その他:5%
	オンライン販売の成長	食品の定期配送の需要増も受け、EC販売は増加傾向にある
	ロジスティクスの課題	基本的に問題はないが、中心部の渋滞による輸送遅延は課題
消費者教育と マーケティング	健康意識と教育の重要性	政府が、学校へ牛乳を無償提供、補助金を出すなどの政策を行う
	認証マークの影響	一定のイスラム教徒がいるため、ハラル認証対応は必要
	マーケティング手法	TVCM、Web広告、SNSの他、イベントによる認知向上など
その他		

※輸入関係者や製造事業者、小売り事業者等複数名にヒアリングを行った。

3. 対象国調査

1. シンガポール
2. 台湾
3. 香港
4. マレーシア
5. ベトナム

3-4-1. 基本情報

基本情報(2023年時点)		乳製品の消費傾向	
人口	33.5 百万人	- イスラム教徒が多いため、ココナッツミルクなど植物系のミルクが多く消費される - ココナッツミルクは煮込み料理やスイーツ等幅広く使われる - テタレと呼ばれるミルクティーが飲まれている	
公用語	マレー語、英語(準公用語)		
面積	約330,000 km ²		
名目GDP	415.6 十億USD		
一人あたり名目GDP	12,570.5 USD		

食文化	
【小売】 - 主食となる米・パンや、主菜となる肉類・魚介類の支出割合が高い - 多民族国家を背景に食文化は多様 - オーガニック食品・野菜、自然食品、サプリメント売場が充実 - コロナ禍を経て家庭での手作り機会増加。また、簡便・時短食品の消費が拡大	【外食】 - 飲食費支出における外食費は4割を占め、外食費割合が高い 2025年の市場規模は14.8 十億USDの見込みで、2030年には27.5 十億USDまで大きく成長する見込み - 特にカフェ・バー業態が人気で今後も大きな成長が見込める

サービス種別 飲食店舗数



【出典】
IMF: [World Economic Outlook \(April 2024\) - Population \(imf.org\)](#)
外務省: [マレーシア基礎データ | 外務省 \(mofa.go.jp\)](#)
Mordor Intelligence: [Malaysia Foodservice Market Size & Share Analysis \(mordorintelligence.com\)](#)
JETRO: [マレーシアにおける日本食市場の概況と新たな流れ](#)

3-4-2. 対象国調査サマリ

カテゴリ	動向
統計調査	- 人口は大きく増減なし、GDPは直近停滞気味だが今後は増大予測 - 牛乳(HS code:0401)の輸入量は拡大傾向(CAGR:7.3%)
輸出規制調査	- 牛乳乳製品には0~20%の関税が課税される - 輸出にあたり衛生証明書、産地証明書、輸入事業者証明書などが必要
消費・喫食調査	- 朝にコーヒーや紅茶に牛乳を入れて飲まれる事が多い - 鮮度や品質を気にする消費者が見られる
サプライチェーン調査	日系企業では商品開発・製造業で雪印メグミルク(MEGMILK SNOW BRAND)、販売(小売)ではイオングループが事業展開している
現地調査	- 牛乳とチーズ、バターのSKUが多い - スーパーマーケットやディスカウントストアで日本産乳製品が充実
消費者アンケート調査	- 日本製品のイメージは「安心安全」「美味しい」など - 牛乳乳製品の購入にあたっては「美味しさ」「成分(栄養価など)」を重視
関係者ヒアリング	- 低脂肪、無脂肪、オーガニックなど、より健康的な選択肢への移行傾向が見られる - イスラム教徒が多いためハラール認証は重要

3-4. 対象国調査：マレーシア

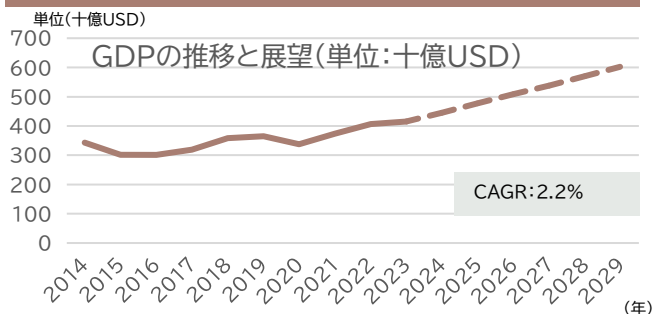


3-4-3. 統計調査：①経済・人口情報

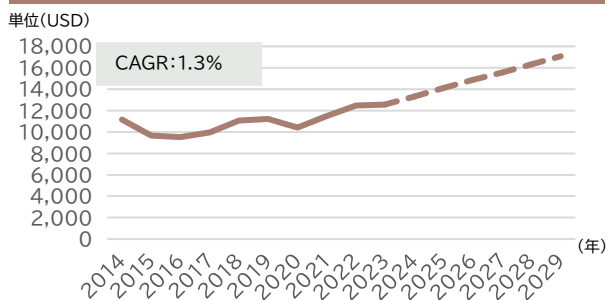
名目GDP、一人当たり名目GDPはいずれも伸長傾向で、今後も継続して成長していく予測。
人口は大きく増減はなく横ばい。

GDP関連

名目GDPの推移と展望 *(単位:十億USD)



一人当たり名目GDP *(単位:USD)



人口関連

人口推移



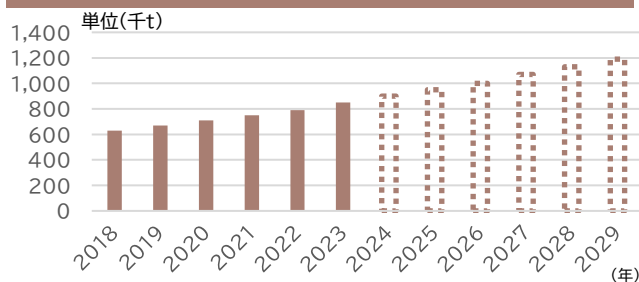
【出典】
IMF「World Datasets」:IMF DataMapper *2024年以降は予測値

3-4-3. 統計調査：②牛乳消費動向

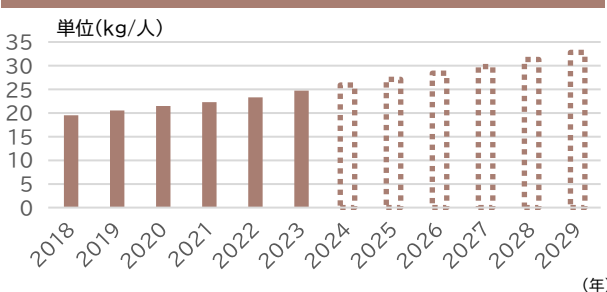
国全体の消費量、一人当たり消費量のいずれも増加傾向。
牛乳の国内生産量は直近5年はほぼ横ばい。

消費

牛乳、加工乳等 消費量 *

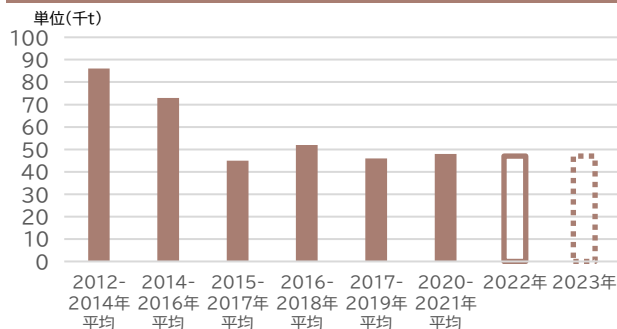


一人当たり 牛乳、加工乳等 消費量 *



国内生産

牛乳、乳製品 生産量 **



【出典】
Statista: [Milk - Malaysia | Statista Market Forecast](#)
Statista: [Malaysia: production of milk and milk products 2023 | Statista](#)
*2024年以降は予測。家庭内におけるregular fresh milk, full-fat milk, reduced-fat milk, low-fat milk, skimmed milk, semi-skimmed milk, regular pasteurized milk, ultra-pasteurized (UHT) milk, raw milk, flavored milk, barista milk, lactose-free milk等の消費の合計量。その他の製品カテゴリや家庭外消費は含まない。
**牛乳、乳製品の生乳換算量。乳製品(ヨーグルトや粉乳など)は処理前の生乳重量に換算している。2022年は推定。2023年は予測。

3-4-3. 統計調査：③対象品目輸入状況

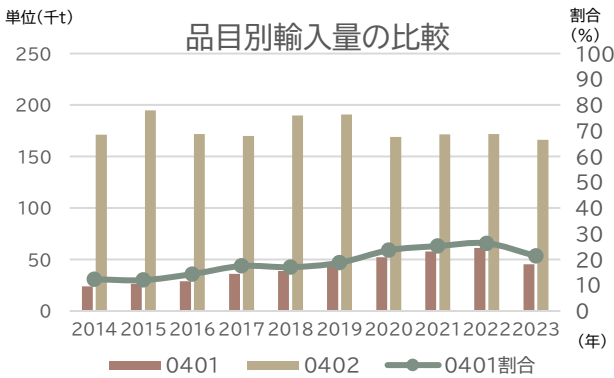
直近10年で輸入量は倍増。

牛乳および乳製品の輸入量の比較

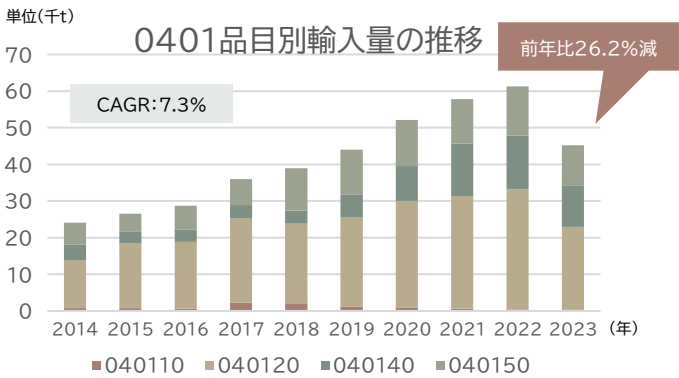
<比較年> 2014年 2023年	HS CODE : 0401	2014	2023
	輸入総額(百万USD)	44.2	89.8
	輸入総量(千t)	24.1	45.2
	輸入先国数	22	31

2014年から2023年における輸入量の推移

品目別輸入量の比較



0401品目別輸入量の推移

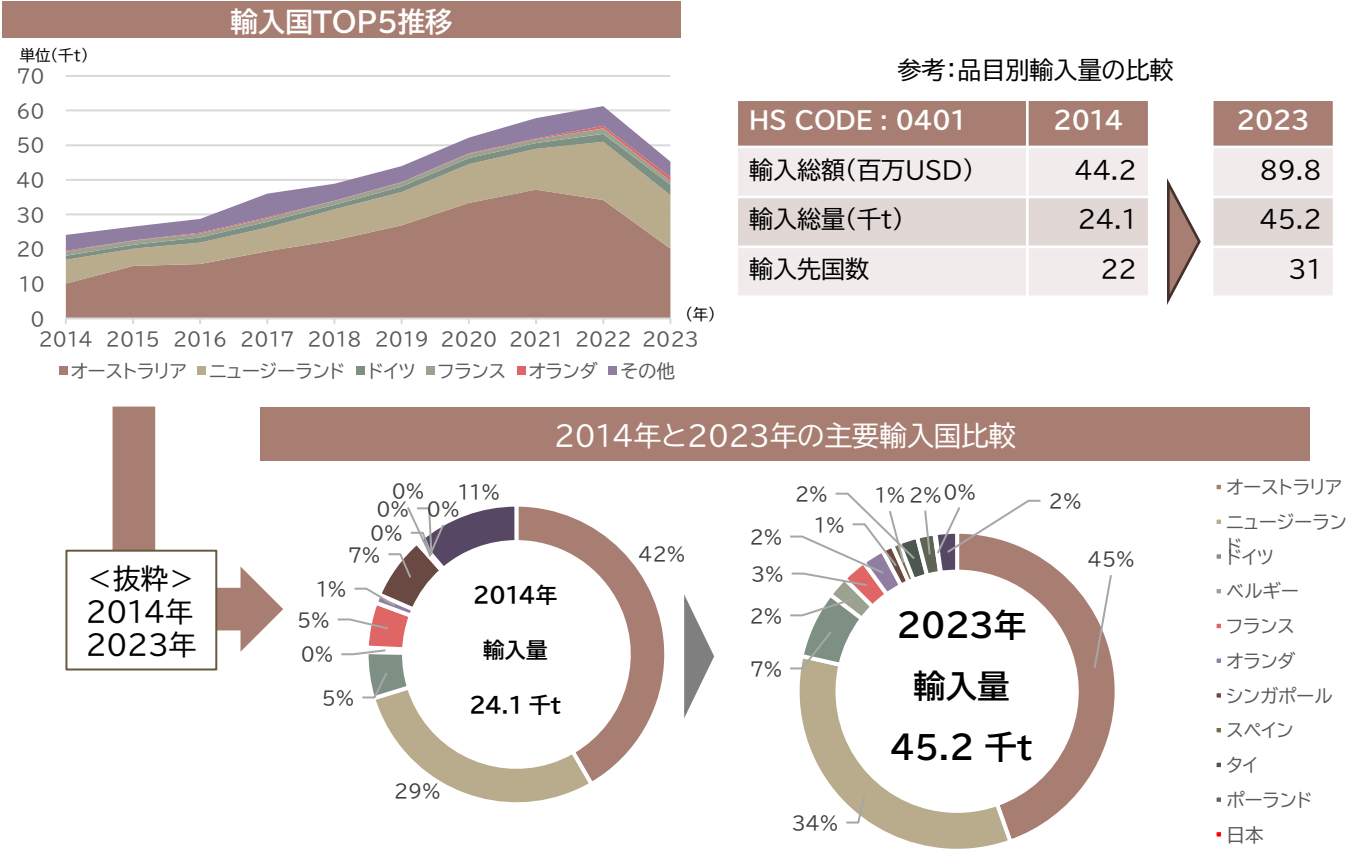


JETROデータベース「貿易統計」を参考に弊社作成
※0401, 0402はそれぞれHS CODE
0401:牛乳及びクリーム
0402:牛乳及びクリーム(濃縮もしくは加糖したもの)

3-4-3. 統計調査：④対象品目輸入内訳

3-4-3. 統計調査：④対象品目輸入内訳

直近の2023年に大きく輸入量が減少している。
輸入シェアトップのオーストラリアの生乳生産量減少の影響を受けていると推定される。

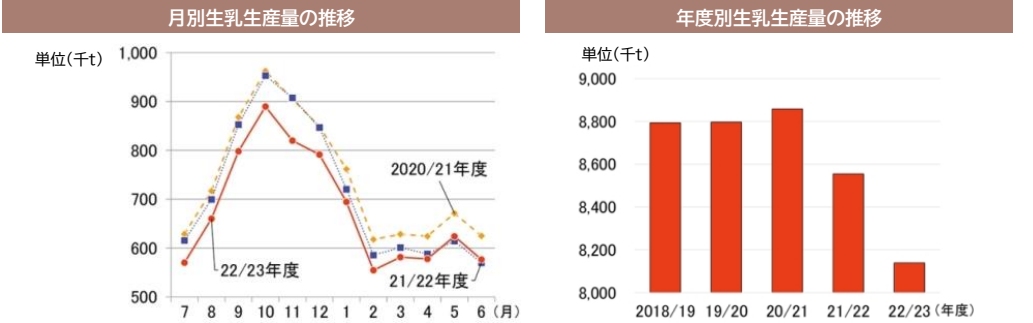


JETROデータベース「貿易統計」を参考に弊社作成

【参考】オーストラリアの生乳生産量減少の原因

DA(Dairy Australia)によると、農家の投入コスト増や人員不足、春季の長雨による乾草の供給不足などが影響し、前年度からさらに生産量が減少した。

また、それに伴い、乳製品の輸出量も大きく減少した。



乳製品輸出量の推移					
品目	2022年 6月	2023年6月		2022-23年度 (7月～翌6月)	
			前年同月比 (増減率)		前年同月比 (増減率)
脱脂粉乳	11,578	7,526	▲35.0%	117,903	▲21.4%
全粉乳	5,120	2,864	▲44.1%	58,436	▲7.1%
バターおよび バターオイル	1,364	674	▲50.6%	10,435	▲54.0%
チーズ	13,907	11,303	▲18.7%	128,281	▲18.1%

【出典】
農畜産業振興機構:22/23年度の生乳生産量、前年度からさらに減少 | 農畜産業振興機構
Dairy Australia:乳製品輸出レポート&ブリーフ | デイリー・オーストラリア

3-4-4. 輸出規制調査：①関税

日本からマレーシアへの輸出に際し、関税は下記の5種に区分される。

- ・ マレーシアが国外からの輸入品に貸している一般的な関税(PDK : Perintah Duti Kastam)による区分
- ・ 日本・マレーシア経済連携協定(JMEPA : Japan-Malaysia Economic Partnership Agreement)による区分
- ・ 日本・ASEAN包括的経済連携(AJCEP : Comprehensive Economic Partnership between Japan and ASEAN)による区分
- ・ 環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定(CPTPP : Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific)による区分
- ・ 地域的な包括的経済連携協定(RCEP : Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement)による区分

HS code	PDK	JMEPA	AJCEP	CPTPP	RCEP
0401	0-5%	-		0%	0-20%
0402	0-5%			0%	
0403	0%	0-2.3%		0%	
0404					
0405			0%		
0406					

【出典】
JETRO: [生乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

3-4-4. 輸出規制調査：②輸入割当制度

生乳(無乾燥、無糖、無濃縮、無添加)の輸入には数量制限があり、農業・食料安全省家畜サービス局(DVS)にて、輸入割り当ての承認を得る必要がある。

輸入割当の承認は、統合通関登録システム「Dagang.Net」を通じて輸入登録を行うと、この登録情報がオンラインで連絡している、マレーシア検疫検査サービス局(MAQIS)に届き、政府が設定している輸入枠内において承認がおりる。

生乳以外(甘味添加乳飲料、バターミルク、凝固クリーム、発酵乳、ホエイ、バター、チーズを含む)には数量制限はない。

牛乳・乳製品について、2013年3月に発行された「2012年関税(輸入禁止)令」(Customs (Prohibition of Imports) Order 2012)において、「特定の方式でのみ輸入可能な品目」として指定されており、輸入に際しては品目(HSコード)ごとに各機関からのライセンスが必要となっている。

【出典】
JETRO: [生乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)



3-4-4. 輸出規制調査：③提出が必要になる書類

衛生証明書や産地証明書などが必要。
自由販売証明書などは必要に応じて求められる。

凡例
●:必要であることが確認できた書類
△:必要となるケースがある書類

書類名	提出要否 (デスクトップ調査による)	実態 (有識者ヒアリングによる)
衛生証明書	●	● ※10日～2週間程度
産地証明書	●	● ※特定原産地証明書 1週間 ※原産地証明書 3～5日
放射性物質検査報告書	-	-
輸入事業者証明書	●	●
牛乳/乳飲料/クリーム of 輸入申請書	-	-
加工工場における加熱処理方式と施設 (生産設備と給水設備を含む)に関する資料	-	-
その製品およびその品質保持期限を証明する 製造者の申告書	-	-
FEHDによる輸入許可証など	-	-
自由販売証明書	-	△
適正製造規範証明書	-	△
分析証明書	-	-
獣医学的健康証明書	●	●
食品安全データシート	-	-

※実際の輸出にあたっては、場合によりこれら以外の提出書類を求められる場合がある。

3-4-4. 輸出規制調査：④食品規格

牛乳・乳製品の定義及び規格は「1985年食品規制」で定められている。

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

3-4-4. 輸出規制調査：⑤成分と処理

残留農薬(最大許容残留値、使用禁止農薬)についても、「1985年食品規制」において品目ごとに定められている。

牛乳・乳製品に関する残留農薬の最大残留基準はそれぞれ次の通り。

牛乳・乳製品に関する残留農薬の最大残留地基準値

農薬(英名)	農薬(和名)	種類	最大許容残留値 (ug/kg)
Coumaphos (Sum of coumaphos and its oxygen analogue)	クマホス	牛乳 (脂肪)	0.02
Cypermethrin (sum of isomers)	シパールメトリン		0.05

特に指定されていないものに関しては、CODEXが定める基準値に従うものとし、CODEXでも特に定めのない農薬についてはすべて0.01 mg/kgの最大許容残留値が適用される。

また、牛乳・乳製品については特定の薬品についても最大残留基準が定められている。
次ページ以降参照。

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

【参考】薬品の最大残留基準①

「1985年食品規制」において定められる薬品の最大残留基準値一覧。

物質	薬品	種類	最大残留基準値 (ug/kg)
Albendazole	2-Aminosulfone metabolite	牛乳	100
Amoxicillin	Amoxicillin		4
Ampicillin	Ampicillin		4
Avoparcin	Avoparcin		10
Benzylpenicillin	Benzylpenicillin		4
Cefquinome	Cefquinome		20
Ceftiofur sodium	Desfuroylceftiofur		100
Cloxacillin	Cloxacillin		30
Colistin	Colistin		50
Dexamethazone	Dexamethazone		0.3
Dicloxacillin	Dicloxacillin		30
Dihydrostreptomycin	Dihydrostreptomycin		200
Diminazene	Diminazene		150

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

【参考】薬品の最大残留基準②

「1985年食品規制」において定められる薬品の最大残留基準値一覧。

物質	薬品	種類	最大残留基準値 (ug/kg)
Doramectin	Doramectin	牛乳	10
Erythromycin	Erythromycin		40
Estadiol - 17β	Estadiol - 17β	牛由来のもの の全て	GAHP (適正家畜飼育規範)
Febantel	Sum of fenbendazole, oxfendazole and oxfendazole sulfone	牛乳	100
Fenbendazole	Sum of fenbendazole, oxfendazole and oxfendazole sulfone		100
Flumehttrin	Flumehttrin		50
Gentamaicin	Gentamaicin		100
Isometamidium	Isometamidium		100
Moxidectin	Moxidectin		500

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

【参考】薬品の最大残留基準③

「1985年食品規制」において定められる薬品の最大残留基準値一覧。

物質	薬品	種類	最大残留基準値 (ug/kg)
Neomycin	Neomycin	牛乳	500
Oxacillin	Oxacillin		30
Oxfendazole	Sum of fenbendazole, oxfendazole and oxfendazole sulfone		100
Oxibendazole	Oxibendazole		50
Oxytetracycline	Oxytetracycline		100
Penicillin	Penicillin		0
Progesterone	Progesterone	牛由来のもの の全て	GAHP (適正家畜飼育規範)
Spectinomycin	Spectinomycin	牛乳	200
Spiramycin	Spiramycin		200
Streptomycin	Sum of spiramycin and neospiramycin		200

【出典】
JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

【参考】薬品の最大残留基準④

「1985年食品規制」において定められる薬品の最大残留基準値一覧。

物質	薬品	種類	最大残留基準値 (ug/kg)
Sulphadiazine	Sulphadiazine	牛乳	100
Sulphadimethoxine	Sulphadimethoxine		10
Sulphadimidine	Sulphadimidine		25
Sulphonamide	Sulphonamide		100
Teststerone	Teststerone	牛由来のもの の全て	GAHP (適正家畜飼育規範)
Tetracycline	Sum of parent drug and its 4- epimer	牛乳	100
Thiabendazole	Sum of thiabendazole and 5- hydroxy-thiabendazole		100
Trimethoprim	Trimethoprim		50
Tylosin	Tylosin		50

【出典】

JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

3-4-4. 輸出規制調査：⑥衛生検疫

「牛乳・乳製品のマレーシアへの輸入にかかる規則」によると、発送ごとに日本の獣医当局 (Veterinary Authority) が発行した衛生証明書 (veterinary health certificate) が必要になる。

記載すべき項目については、下記参照のこと。

- ・ 輸出日からさかのぼって12か月間の期間に、原産国又は原産国の一部において口蹄疫および牛痘の発生がない状態であること
- ・ 輸出日からさかのぼって12か月間の期間に、原産国内で飼育されている牛から得られてものであること
- ・ 原産農場は、輸出国の政府獣医当局により、結核およびプルセラ症が発生していないことの証明が得られていること
- ・ 搾乳時、牛は健康であり、感染症や伝染病(外部の寄生虫を含む)の臨床症状がないことが確認されていること
- ・ 輸出国の主管当局によって、輸出が承認された施設で加工および包装されていること(証明書には、施設の名称、住所、認定番号ならびにバッチ/ロット番号および製造日が明記されている必要がある)
- ・ 衛生的な条件下で加工、包装および保管されており、防腐剤、着色料、残留物、その他の異物や健康を害する有害物質(メラミンを含む)が含まれておらず、輸出前の加工、包装、保管および取り扱いの過程で汚染を防ぐためのあらゆる予防策が講じられていること
- ・ 人間による消費を目的とした牛乳・乳製品に、それらが安全で人間の消費に適しているということ
- ・ 輸出される牛乳・乳製品は、以下の工程を経なければならない
 - ・ 人間が消費する牛乳またはクリームの場合、使用される牛乳は、少なくとも132℃で1秒以上の超高温殺菌(UHT)もしくは、pH 7.0未満の牛乳には72℃で15秒以上の高温短時間殺菌(HTST)、pH 7.0以上の牛乳には2回のHTST処理が施されていること
 - ・ 動物が消費する牛乳の場合、2回のHTST処理が行われているか、もしくは通常のHTSTまたはUHT処理が行われ、さらに加えてpH 6.0の状態を1時間維持するもしくは72℃以上での加熱処理が行われていること

【出典】

JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

3-4-4. 輸出規制調査：⑦表示義務

牛乳・乳製品を含めマレーシアで販売する食品の一般的な表示基準は「1985年食品規制」で定められている。

1. 食品の適切な明示、または主成分の一般名を含む食品の説明
2. 混合食品または配合食品の場合には、食品に応じて内容物が混合または配合されたものであることを示す文言
3. 食品が牛肉もしくは豚肉、またはその派生物、またはラードを含む場合には、それらに関する記述
4. 食品が添加アルコールを含む場合には、それらに関する記述を、6ポイント以上の大文字かつ太字のサンセリフ書体によって表示
5. 食品が、水、食品添加物、および栄養補助剤を除く2種類以上の成分からなる場合には、各成分について、重量に占める割合が多い順に適切に明示し、場合によっては成分の割合も表示しなければならない。また、それらに加えて食品が過敏症を時期起こすことが知られる成分を含む場合には、それらの成分についても当該成分のラベルへの記載が必須となる
6. 食品が食用脂肪または食用油またはそれら両方を含む場合には、それらの表示
7. 食品添加物を含む場合には、それらの含有に関する記載
8. 包装に含まれている最小限の賞味重量、容量、数。液状媒体内で包装された食品であれば、最小限の食品固形量の記載
9. 輸入食品の場合には、製造業者若しくは包装業者、または製造権もしくは包装権の所有者、またはこれらのいずれかの代理業者の名称および事業所住所、ならびにマレーシア国内の輸入業者の名称および事業所住所、ならびに当該食品の原産国名
10. 特定食品の場合には、「1985年食品規則」の規制に従ったほかの詳細を表示

また、輸入食品の場合は、マレー語または英語で必要な情報の記載がなされる必要がある

【出典】

JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(マレーシア\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - マレーシア - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

ポジネガ分析

Sentiment

Sentiment	Percentage	Count
Positive	25.4%	32.2k
Not Rated	0.1%	75
Neutral	54.4%	69k
Negative	20.1%	25.5k

70



3-4-5. 消費喫食調査：②SNS調査内容抜粋

トラディショナルが非常に強いという傾向が見られた。お茶やコーヒーと混ぜて喫食するという投稿が多く見られた。

検索条件				検索結果
対象地域	言語	対象ソースタイプ	期間	投稿数
マレーシア	英語、マレー語、タミル語、中国語	フォーラム/X/blog /製品レビュー	過去1年間	12.7 万件

トラディショナル ★☆☆ モダン

項目		内容(抽出ワード)	トラディショナル/モダン
A.喫食シーン	いつ飲むか	仕事に行く前の朝食はコーヒーが紅茶が基本になっている。スパイシーな朝食が多いため、甘さやマイルドさを求めて、牛乳やコンデンスミルクを入れるケースが多い。(coffee, susu,kopi, sarapan pagi)	トラディショナル
	何と一緒に	マレーシア国民の代表的飲み物で砂糖と練乳(又は無糖練乳)を入れた紅茶。通常の朝食飲料になっている。(teh tarik, susu pekat)	トラディショナル
		同上(Condensed Milk)	トラディショナル
		健康を意識して牛乳を飲む方は多く、場合によってはプロテインを入れるような高タンパクを求める方もいる。(susu,protein,sarapan pagi)	モダン
		バターの味や価格についての言及は見受けられなかったが、ご飯やお菓子作りなどに用いた投稿が散見された。(Butter,mentega)	トラディショナル
		パンに乗せて食べられている。シンガポールのkaya toastなども親しまれていることから、パン食は文化として根付いている。(Cream Cheese)	トラディショナル
B.購入時重視する点	味	滑らかで旨味(UMAMI)があり、コーヒーや紅茶、抹茶に合うという声が多い。(Condensed Milk)	モダン
	品質	牛乳について、室温かそれより高い温度の牛乳を飲んだ際、消化不良/食中毒になったので、食事では新鮮さと安心さを求めるような投稿が見受けられる。(Milk)	トラディショナル
	価格	価格が高いわりに質が低いという投稿が散見された。また、鮮度が低いものにあたることも多いので、安心を求める傾向にもある。(Milk)	トラディショナル
		どの乳製品も高過ぎるため、とある投稿には1つ買うだけで1時間分の仕事と同等のコストがかかると記載があった。全体的にネガティブな投稿がされていることが多い。(Dairy,susu,harga)	トラディショナル
	ブランド	新商品を購入するのではなく、古くからある伝統的な商品を購入することが多いことを示す投稿が複数あった。(Cheese/Cream Cheese)	トラディショナル

3-4-6. サプライチェーン調査：①業界マップ

3-4-6. サプライチェーン調査：①業界マップ

商品開発・製造の粉ミルク、チーズカテゴリは日系のMEGMILK SNOW BRANDが展開している。
販売(小売)では日系のイオングループが事業展開している。



JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-4-6. サプライチェーン調査：②主要プレイヤー(製造)

ヨーロッパやオーストラリア、ニュージーランド、中国など外資系が多く事業展開している。

企業名	国	業種	牛乳	フレーバー ミルク	ヨーグルト	アイスク リーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Nestle Malaysia Bhd	スイス	商品開発・ 製造					○		外食、コー ヒー
Fraser & Neave Holdings Bhd	シンガポ ール	商品開発・ 製造	○						コンデンス ミルク、清 涼飲料水
Nestle Manufacturing (Malaysia) Sdn Bhd (非上場)	スイス	商品開発・ 製造					○		外食、コー ヒー
Dutch Lady Milk Industries Bhd	オランダ	商品開発・ 製造	○	○	○		○		清涼飲料水
FONTERRA BRANDS (MALAYSIA) SDN. BHD. (非上場)	ニュージー ランド	商品開発・ 製造	○	○	○			○	
F&N DAIRIES MANUFACTURING SDN. BHD. (非上場)	オーストラリ ア	商品開発・ 製造	○						コンデンス ミルク、清 涼飲料水
MALAYSIA MILK SDN. BHD. (非上場)	マレーシア	商品開発・ 製造	○						清涼飲料水
F & B NUTRITION SDN. BHD. (非上場)	シンガポ ール	商品開発・ 製造		○					コンデンス ミルク
Etika Dairies Sdn Bhd (非上場)	マレーシア	商品開発・ 製造	○	○					清涼飲料水
Able Global Bhd	マレーシア	商品開発・ 製造		○			○		コンデンス ミルク
YEO HIAP SENG (MALAYSIA) SDN. BHD. (非上場)	中国	商品開発・ 製造							植物性ミル ク
DANONE SPECIALIZED NUTRITION (MALAYSIA) SDN. BHD. (非上場)	フランス	商品開発・ 製造	○	○					植物性ミル ク
Able Dairies Sdn Bhd (非上場)	マレーシア	商品開発・ 製造	○	○			○		スキムミル ク
YAKULT (MALAYSIA) SDN. BHD. (非上場)	日本	商品開発・ 製造							ヤクルト
SABAH INTERNATIONAL DAIRIES SDN. BHD. (非上場)	マレーシア	メーカー	○	○					

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-4-6. サプライチェーン調査：③主要プレイヤー(物流)

現地系が多い。

日系では国分グループが現地に低温物流センターを設置し、事業展開をしている。

企業名	国	業種	特色	設立 年月	売上 (百万円)	期末従業員 数
DKSH Holdings Malaysia Bhd	マレーシア	配送(企業物流)	日用消費財、食品サービス、高級品、ファッション・ライフスタイル製品、ヘア&スキンコスメなど、アジアにおける市場拡大サービスのリーディングプロバイダーである。	1991	231,673	3,387
TASCO Bhd	マレーシア	配送(企業物流)	インターナショナル・ビジネス・ソリューションズ(IBS)とドメスティック・ビジネス・ソリューションズ(DBS)セグメントの3つのセグメントを通じて事業を展開している。IBSセグメントには、航空貨物サービスを提供する航空貨物輸送部門が含まれ、海上貨物輸送部門は、海上貨物およびパイヤー統合サービスをカバーしている。サプライチェーンソリューション部門、DBSセグメントは、コールドサプライチェーン(CSC)部門をカバーする。コントラクトロジスティクス部門は、通関、運搬輸送、倉庫保管、工場内サービスをカバーする。トラック部門は、国内のトラック輸送および国境を越えたトラック輸送サービスを提供する。	N/A	33,363	2,300
Harbour-Link Group Bhd	マレーシア	配送(企業物流)	海運および総合物流サービス、エンジニアリングおよび建設業を行っている。	N/A	30,775	1,788
FM Global Logistics Holdings Bhd	マレーシア	配送(企業物流)	東南アジアでトップクラスのマルチモーダル貨物プロバイダーの1つとして、迅速で信頼性が高く、スケラブルなロジスティクスソリューションでビジネスの成長を促進される。	N/A	28,984	1,871
Tiong Nam Logistics Holdings Bhd	マレーシア	配送(企業物流)	私たちはロジスティクスのスペシャリストであり、マレーシアに地域ハブを設立しようとしているeコマースビジネスと提携することで大きな相乗効果を見出している。東マレーシアと西マレーシアの両方での広範なネットワークは比類のないものであり、マレーシアで商品を保管し、地域全体で輸送しようとしている企業にサービスを提供するための設備を整えている。	N/A	23,594	3,000
Kim Teck Cheong Consolidated Bhd	マレーシア	配送(企業物流)	東マレーシアをカバーする食品・飲料製品、パーソナルケア製品、化粧品、家庭用品、市販薬・健康補助食品、ベビーケア製品など、さまざまなCPGの流通・倉庫保管を行う。	N/A	22,292	699
Kokubu Food Logistics Malaysia Sdn. Bhd	日本	配送(企業物流)		N/A	N/A	N/A
HLC	マレーシア	配送(企業物流)	HLC Logistics Sdn Bhdは、プロのコールドチェーンロジスティクスサービス会社である。本社はペラ州パリット・ブンタルにあります。マレーシアとシンガポールでさまざまな冷蔵トラックとチルトトラックのロジスティクスサービスを提供している。	N/A	N/A	N/A
FRIO Logistics Sdn Bhd	マレーシア	配送(企業物流)		2010/10	N/A	N/A
SK Cold Chain Co., Ltd.	韓国	配送(企業物流)	コールドチェーン物流を専門とし、マレーシアで運用効率の最適化を目的とした全自動冷蔵施設を開始した先駆的な企業である。	2009	N/A	N/A

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-4-6. サプライチェーン調査：④主要プレイヤー(販売消費)

日系のイオンがショッピングセンター、GMS、食品スーパーを多数展開している。

企業名	国	業種	牛乳	プレーパーミルク	ヨーグルト	アイスクリーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
AEON CO. (M) BHD.	日本	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Macrovalue Sdn Bhd	シンガポール	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
7-Eleven Malaysia Holdings Berhad	マレーシア	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
99 Speedmart Sdn Bhd	マレーシア	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
KK Group of Companies	マレーシア	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Berjaya Starbucks Coffee Company Sdn Bhd	マレーシア	消費(外食・飲食店)	○	○					
Kopitiam Investment Pte Ltd	シンガポール	消費(外食・飲食店)	○	○					
KL Metro Group	マレーシア	消費(ホテル)							

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-4-7. 現地調査

【調査対象】

店名	Econsave	MYDIN	AEON STYLE, MaxValu	Don Don Donki/ JONETZ	Seven Eleven
業態	現地スーパーマーケット	現地スーパーマーケット	日系スーパーマーケット	ディスカウントストア	コンビニエンスストア
国内店舗数	約70店舗	約90店舗	約60店舗	3店舗	約2,500店舗

【調査サマリ】

業態別の傾向	牛乳乳製品の取り扱い状況	日本産牛乳乳製品について
- 現地スーパーマーケットでは輸入品を中心に多様な商品が取り扱われる - ディスカウントストアでは特に、日本産のヨーグルトの取り扱いが目立つ - コンビニエンスストアでは、他国と同様に小容量商品を多く取り扱う	- 牛乳、チーズ、バターのSKUが多い - 輸入品も全品目にあたって多く扱われている	- 日系スーパーマーケットとディスカウントストアにてよく取り扱われる - 取り扱いはヨーグルト、チーズなどが多い - 主要メーカーはよつ葉乳業、雪印メグミルクなど

※調査詳細は別添資料1参照のこと



3-4-8. 消費者アンケート調査

【調査手法】

Webアンケート調査

【調査対象】

過去3年以内に、日本産牛乳乳製品の購入履歴のあるマレーシアに居住している方をスクリーニングし、20代～60代の各年代男女5名ずつ、計50名を対象とした

【調査サマリ】

商品カテゴリの傾向	日本産牛乳・乳製品の味、価格	日本産牛乳・乳製品のパッケージ、ラベル表記	日本産牛乳乳製品のイメージ
- 日本産品ではヨーグルトの過去購入回数が最も多い - ベトナムと並び他国では上位のアイスクリームは4位 - 実際の購入頻度では自国マレーシア産が最上位で、次いでオーストラリア、日本という順位	- 味に対する評価は若干厳しめとなっており、特にチーズや低脂肪乳は「大変美味しかった」がごく少数となっている - 価格は、バターを除きすべてがほぼ「大変リーズナブル」「リーズナブル」という評価	- 牛乳、練乳以外の商品カテゴリ全てにおいて、「日本産だと分かりやすいパッケージにして欲しい」という声が上位 - ラベル表示について、ほぼ全ての商品カテゴリでハラルや健康表示への要望が見受けられた	- 上位から、安心・安全、美味しさの評価 - 価格に関しては、高くも安くも思われていない - プロモーションはあまりやっていないという評価がかなり多い - プロモーション強化に加え食べ合わせ等キャンペーンが購入頻度アップに繋がりがやすい傾向

※調査詳細は別添資料2参照のこと

3-4-9. 関係者ヒアリング

	ヒアリング項目	回答
市場の全体像とトレンド	市場規模と成長性	市場規模は約～6,000億円(内牛乳約50%)、7-8%で成長中
	消費トレンドの変化	より健康的な選択肢(低脂肪、無脂肪、オーガニック等)へ移行
	オーガニック製品等の影響	市場全体に与える影響はまだ小さい
消費者動向	主要な消費者層	全世代が消費、フレーバーミルクやオーガニック等は若年層中心
	消費者の購入時重要視する点	元々は価格が重視されたが、現在は特に品質も重視される
	競合製品との関係	植物由来ミルクの人気は高いが、急速な伸びと言うほどではない
ブランドと競合分析	主要ブランドのシェア	グローバル:70-80%、ローカル:20-30%
	新規参入の難易度	参入領域にて既存プレイヤーとの違いを出す必要あり
価格戦略	価格帯の分析	ブランドによって住み分けされている
	価格競争	低価格帯にローカルブランドと他国産品が競合している
	プロモーションの有効度	割引による販売促進効果は大きい
流通チャネル	主要な販売チャネル	スーパー:60-70%、コンビニ:20-30%、EC:10%
	オンライン販売の成長	COVID以降急速に拡大しており、主要メーカーは対応済み
	ロジスティクスの課題	都市部では問題なし、地方部では十分に整っていない
消費者教育とマーケティング	健康意識と教育の重要性	学校での健康への啓蒙活動などを実施
	認証マークの影響	イスラム教徒が多いためハラル認証は重要
	マーケティング手法	TVCM、SNS、Web広告等メーカーによって注力領域が異なる
その他		基本的にすべての商品にハラル認証を取得

※輸入関係者や製造事業者、小売り事業者等複数名にヒアリングを行った。

3. 対象国調査

1. シンガポール
2. 台湾
3. 香港
4. マレーシア
5. ベトナム

3-5-1. 基本情報

基本情報(2023年時点)	
人口	100.3 百万人
公用語	ベトナム語
面積	329,241 km ²
名目GDP	433.7 十億USD
一人あたり名目GDP	4,324.0 USD

乳製品の消費傾向
- 健康志向の高まりから、砂糖の含有量を減らした乳飲料が好まれるようになってきている。ただし、砂糖不使用は風味の問題から好まれない - チーズはカルシウムやタンパク質含有量が多いため、子どもの成長に良いと信じられている。特に安価で味に馴染みのあるチーズスプレッドが好まれる

食文化

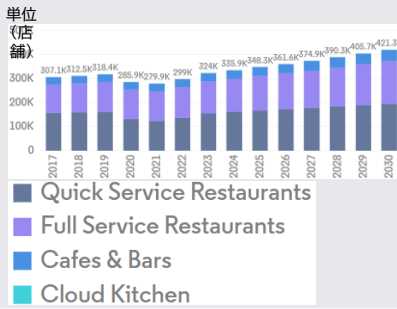
【小売】

- 所得上昇に伴い高品質かつ衛生的な商品の需要が拡大
- 食品小売の売上のうち、伝統的な小売店が95%を占め、スーパーマーケットやコンビニエンスストアのシェアはまだ小さい
- 食品購入においては安全や健康を重視

【外食】

- 外食文化があり、所得向上に伴い市場は拡大傾向。2025年の市場規模は24.8 十億USDで、2030年には41.2 十億USDまで大きく成長する見込み
- フルサービスレストランの市場が大きく、今後も成長が見込まれる

サービス種別 飲食店舗数



年	Quick Service Restaurants	Full Service Restaurants	Cafes & Bars	Cloud Kitchen	合計
2017	163,121	58,318	4,461	0	307,100
2018	175,121	60,318	4,461	0	339,900
2019	187,121	62,318	4,461	0	373,900
2020	199,121	64,318	4,461	0	407,900
2021	211,121	66,318	4,461	0	442,900
2022	223,121	68,318	4,461	0	476,900
2023	235,121	70,318	4,461	0	509,900
2024	247,121	72,318	4,461	0	544,900
2025	259,121	74,318	4,461	0	577,900
2026	271,121	76,318	4,461	0	612,900
2027	283,121	78,318	4,461	0	646,900
2028	295,121	80,318	4,461	0	680,900
2029	307,121	82,318	4,461	0	714,900
2030	319,121	84,318	4,461	0	748,900

【出典】
IMF: [World Economic Outlook \(April 2024\) - Population \(imf.org\)](#)
外務省: [ベトナム基礎データ | 外務省 \(mofa.go.jp\)](#)
Mordor Intelligence: [Vietnam Foodservice Market Size \(mordorintelligence.com\)](#)
DPO international: [PRESENTATION \(dpointernational.com\)](#)
JETRO: [日本食品消費動向調査ベトナム](#)

3-5-2. 対象国調査サマリ

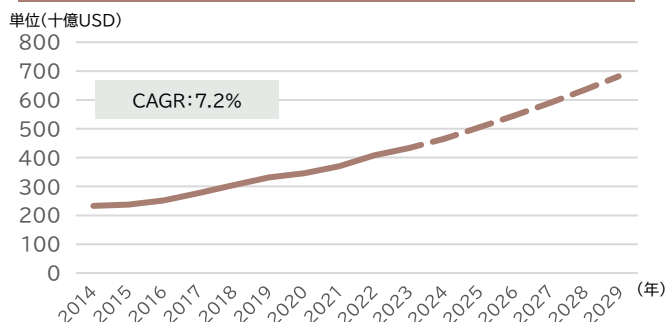
カテゴリ	動向
統計調査	- 人口は増加傾向、GDPも増加傾向(CAGR:7.2%) - 牛乳(HS code:0401)の輸入量は拡大傾向(CAGR:2.8%)
輸出規制調査	- 牛乳乳製品は品目により0~20%の関税が課される - 衛生証明書、自由販売証明書など提出すべき書類が他国に比べ多い
消費・喫食調査	- 牛乳は朝によく飲まれる - ミルクティーとして飲んだり、コーヒーと混ぜて飲むケースが見られる
サプライチェーン調査	- VINAMILKなど現地系メーカーが強い - 鴻池運輸やFamilyMartなど日系の進出も見られる
現地調査	- 牛乳とヨーグルトのSKUが多い - 日系スーパーマーケット中心に日本産ヨーグルトやチーズの取扱が目立つ
消費者アンケート調査	- 日本製品のイメージは「安心・安全」「美味しい」など - 牛乳乳製品の購入にあたっては「美味しさ」「安全性」を重視
関係者ヒアリング	- 健康志向の高まりから付加価値の高い商品の需要が高まっている - 価格を重視するほか、品質管理(安全性)への訴求も近年は必要

3-5-3. 統計調査：①経済・人口情報

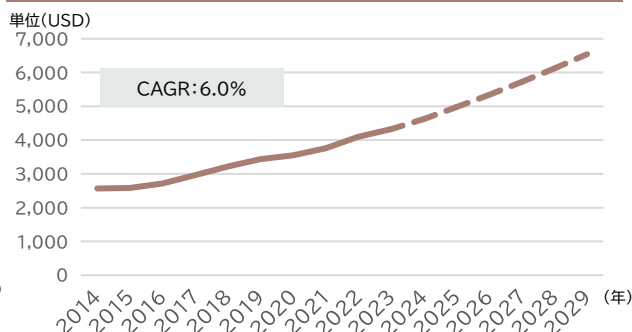
名目GDP、一人当たり名目GDP、人口はいずれも急成長中で、今後も継続して成長していく予測。

GDP 関連

名目GDPの推移と展望 *

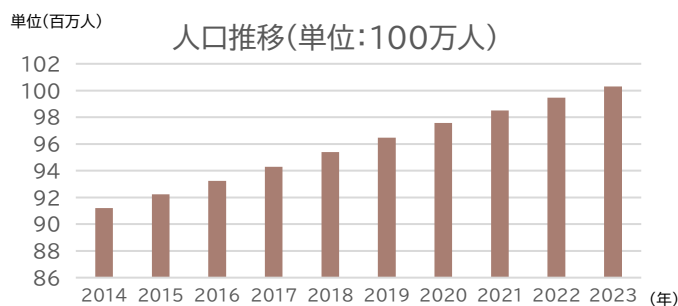


一人当たり名目GDP *



人口 関連

人口推移



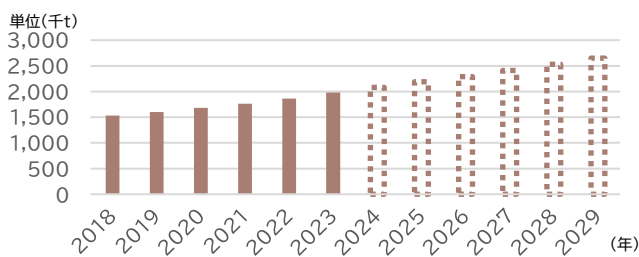
【出典】
IMF「World Datasets」: [IMF DataMapper](#)
*2024年以降は予測値

3-5-3. 統計調査：②牛乳消費動向

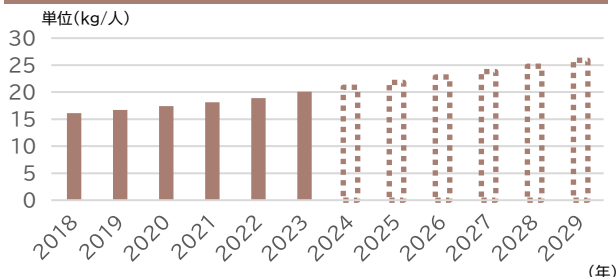
国全体の消費量、一人当たり消費量、国内の乳製品生産量いずれも大きく増加しており、今後も成長していく予測。

消費

牛乳、加工乳等 消費量 *

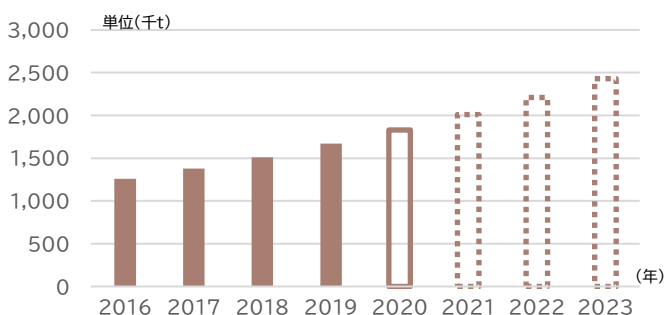


一人当たり牛乳、加工乳等 消費量 *



国内生産

乳製品 生産量 **



【出典】
Statista: [Milk - Vietnam | Statista Market Forecast](#)
Statista: [Vietnam: dairy products production volume 2016-2023 | Statista](#)
*2024年以降は予測。家庭内におけるregular fresh milk, full-fat milk, reduced-fat milk, low-fat milk, skimmed milk, semi-skimmed milk, regular pasteurized milk, ultra-pasteurized (UHT) milk, raw milk, flavored milk, barista milk, lactose-free milk等の消費の合計量。その他の製品カテゴリーや家庭外消費は含まない。
**2020年は推定。2021年以降は予測。

3-5-3. 統計調査：③対象品目輸入状況

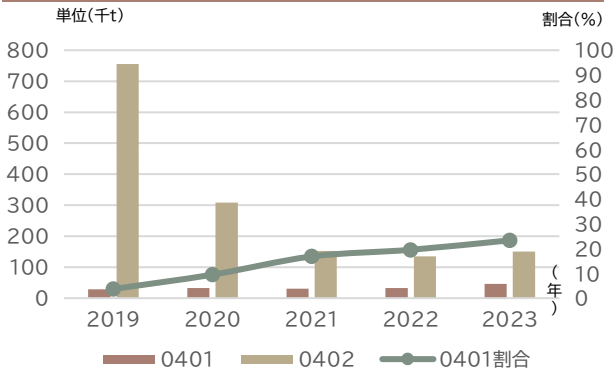
直近10年で輸入量は増加しているが、HS CODE0402は大きく減少。

牛乳および乳製品の輸入量の比較				
<比較年> 2019年 2023年	HS CODE : 0401	2019		2023
	輸入総額(百万USD)	34.8	➡	64.4
	輸入総量(千t)	29.0		45.9
	輸入先国数	33		32

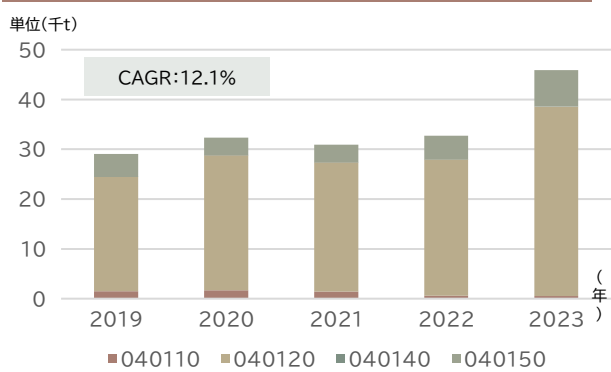
※ベトナムについては、取得できる貿易統計情報が2019年からとなっている

2019年から2023年における輸入量の推移

品目別輸入量の比較



0401品目別輸入量の推移



JETROデータベース「貿易統計」を参考に弊社作成
※0401, 0402はそれぞれHS CODE
0401:牛乳及びクリーム
0402:牛乳及びクリーム(濃縮もしくは加糖したもの)

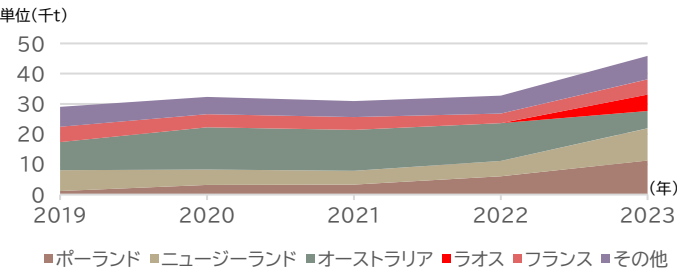


ベトナム

3-5-3. 統計調査：④対象品目輸入内訳

直近5年間でオーストラリアのシェアが大きく減少(輸入量自体も減少)。
2023年から突然ラオスから大規模での輸入を開始。

輸入国TOP5推移

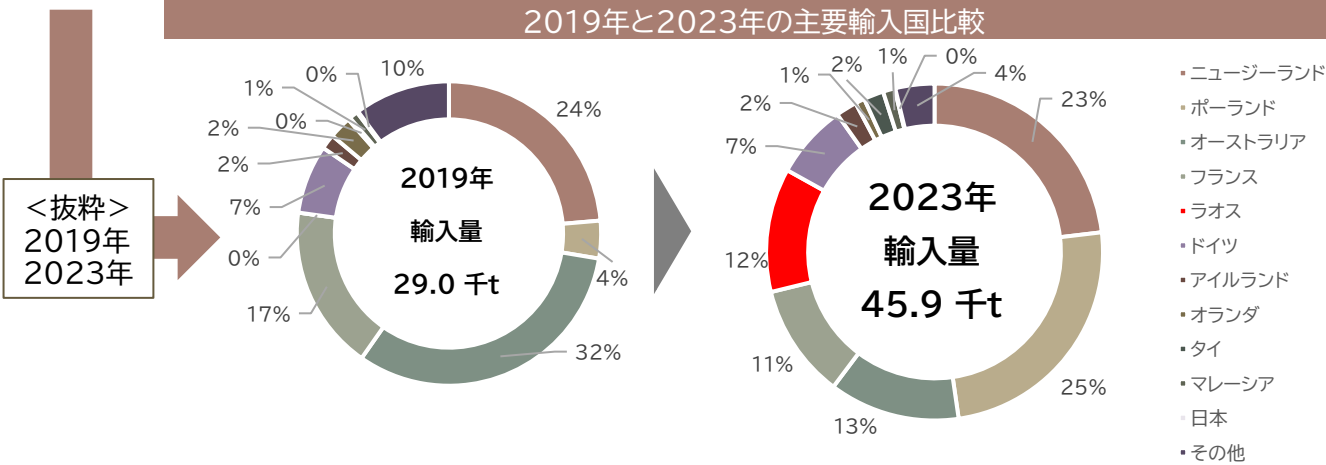


参考:品目別輸入量の比較

HS CODE : 0401	2019	2023
輸入総額(百万USD)	34.8	64.4
輸入総量(千t)	29.0	45.9
輸入先国数	33	32

※ベトナムについては、取得できる統計情報が2019年からとなっている

2019年と2023年の主要輸入国比較



3-5-4. 輸出規制調査：①関税

牛乳乳製品(HS CODE:0401-0406)は関税の対象であり、品目によって0～20%の関税が課される。

関税額はCIF価格を基準に計算され、日本は最恵国税率が適用される。

日本からの輸入に際しては、日本・ASEAN包括的経済連携協定(AJCEP)、日本・ベトナム経済連携協定(VJEPA)の特別優遇税率を適用することができますが、そのためには原産地基準を満たす必要があり、また各協定の引き下げスケジュールを確認する必要がある。

包括的および先進的な環太平洋パートナーシップ協定(TPP11 = CPTPP)の特別優遇税率を適用する場合CPTPP(TPP11)の特別優遇税率の適用を受けるためには、次の条件をすべて満たしている必要がある。

- ・「政令57/2019/ND-CP」に添付される優遇輸入関税の商品リストに該当すること
- ・日本(またはほかの締約国)からベトナムへ輸入されること
- ・日本(またはほかの締約国)からベトナムに直接出荷される商品であること
- ・CPTPPの商品の原産地に関する規定を満たし(品目別規則などは「通達03/2019/TT-BCT」(「通達06/2020/TT-BCT」により一部改正)に規定)、生産者または輸出者が自ら原産性を証明すること(※)

※CPTPPは自己申告制度のため、生産者または輸出者が自ら原産地証明書を作成し、ベトナム輸入時に税関に提出する。

ベトナムでは輸入者が作成する原産地証明書はまだ認められていません(協定本文第3.20条第1項注2)。また、日本商工会議所の特定原産地証明書の発給は行われない。

【出典】

JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(ベトナム\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 食品・農林水産物 - ベトナム - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)

※調査時点: 2021年10月

3-5-4. 輸出規制調査：②輸入割当制度

日本からベトナムへの牛乳・乳製品の輸出について、輸入割当など、輸入数量の制限は設けられていない。

【出典】

JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(ベトナム\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 食品・農林水産物 - ベトナム - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)

※調査時点: 2021年10月



3-5-4. 輸出規制調査：③提出が必要になる書類

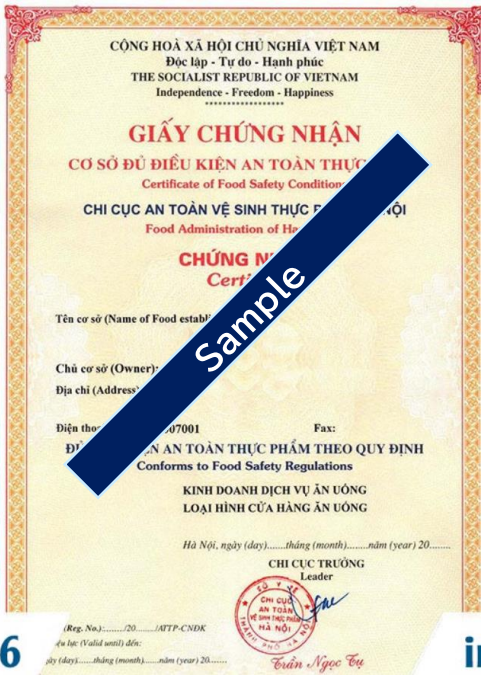
自由販売証明書などが必要となる。
産地証明書は関税の優遇税率枠適用のための任意提出書類。

凡例
●：必要であることが確認できた書類
△：必要となるケースがある書類

書類名	提出要否 (デスクトップ調査による)	実態 (有識者ヒアリングによる)
衛生証明書	●	● ※10日～2週間程度
産地証明書	-	● ※CPTTPとして任意書式
放射性物質検査報告書	-	-
輸入事業者証明書	-	-
牛乳/乳飲料/クリームの輸入申請書	-	-
加工工場における加熱処理方式と施設 (生産設備と給水設備を含む)に関する資料	-	-
その製品およびその品質保持期限を証明する 製造者の申告書	-	-
FEHDによる輸入許可証など	-	-
自由販売証明書	●	● ※商品登録のための申請資料として要求 される可能性がある
適正製造規範証明書	●	●
分析証明書	●	●
獣医学的健康証明書	●	●
食品安全データシート	●	●

※実際の輸出にあたっては、場合によりこれら以外の提出書類を求められる場合があります。

【参考】食品衛生証明書
ベトナム向け食品衛生証明書（右図）



【出典】
VIETANLAW: [ベトナムのスーパーマーケットの食品衛生および安全認証 - Viet An Law](#)

3-5. 対象国調査:ベトナム



ベトナム



【参考】自由販売証明書

ベトナム向け自由販売証明書（右図）

別紙様式3
MAFF
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

CERTIFICATE OF FREE SALE

Declaration Number: _____

This is certifying, not pertaining to a particular production lot or export consignment, that the under-mentioned products have been manufactured according to Food Sanitation Act and that they are readily available for sale in Japan without restriction.

1. Manufacturer: _____

2. Address: _____

3. Product name(s): _____

Invoice No.: _____
Export date: _____
Date of Issue: _____

SIGNATURE: _____
(For the authorized officer at the following competent authority)

Name of authorized officer at competent authority: _____

(Stamp of competent authority) Competent authority: _____

【出典】

農林水産省: [jiyuhانبai-hakkoushinsei-32.pdf](#)

【参考】事業登録証明書

ベトナム向け事業登録証明書

CÔNG TY CỔ PHẦN SỮA VIỆT NAM
VIETNAM DAIRY PRODUCTS JSC

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM
Independence - Freedom - Happiness

Số/No: 143/CV-CTS.TC/2022 TP.HCM, ngày 09 tháng 12 năm 2022
HCM City, 09th month December, 2022

**THÔNG BÁO THAY ĐỔI GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ DO
CHANGE IN CERTIFICATE OF BUSINESS REGISTRATION**

Kính gửi: Sở Giao dịch Chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh
To: Ho Chi Minh Stock Exchange

Căn cứ theo Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, mã số thuế của Công ty Việt Nam Dairy Products JSC được cấp ngày 06/12/2022, do Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh cấp, và theo thông tin đăng tải trong thông báo việc thay đổi Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp của Công ty Việt Nam Dairy Products JSC như sau:

Based on the Certificate of business registration and tax code of Vietnam Dairy Products JSC issued by Department of Planning and Investment of HCM City on 06/12/2022, and as announced in the notice of change in the Certificate of business registration of Vietnam Dairy Products JSC as follows:

- Tên tổ chức/Name of organization: CÔNG TY CỔ PHẦN SỮA VIỆT NAM/ VIETNAM DAIRY PRODUCTS JOINT STOCK COMPANY

- Mã chứng khoán/Mã thuế/Stock code: VNM

- Địa chỉ/Address: 10 Đường số 7, Phường 7, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

- Điện thoại liên lạc/Contact phone: 028.54 161 226

- E-mail: info@vinamilk.com.vn

- Website: www.vinamilk.com.vn

1. Thông tin thay đổi trước khi thay đổi/Information before change: Thông tin người đại diện theo pháp luật của công ty/ Legal representative's information
Ngày cấp: 07/01/2016, Nơi cấp: Cục cảnh sát ĐKQL cư trú và DLQG về dân cư

2. Thông tin sau khi thay đổi/Information after change: Thông tin người đại diện theo pháp luật của công ty/ Legal representative's information
Ngày cấp: 02/11/2022, Nơi cấp: Cục cảnh sát quản lý hành chính về trật tự xã hội

3. Lý do thay đổi (nếu có)/Reason for change (if any): Điều chỉnh thông tin Người đại diện theo pháp luật của công ty/ Adjust Legal representative's information

4. Ngày có hiệu lực/Effective date: 06/12/2022

5. Ngày nhận được Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp /Receipt date of new certificate of business registration: 09/12/2022

6. Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của công ty vào ngày 06/12/2022 tại đường dẫn <https://www.vinamilk.com.vn/vi/thong-bao-co-dong>/This information has been published on the company's website on 09/12/2022, as in the link: <https://www.vinamilk.com.vn/en/announcements>

Tài liệu đính kèm/Attached documents:
Bản sao Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp mới/Copy of the new business certificate

Trưởng Giám đốc/ CEO

【出典】

Vinamilk: [事業者登録証の変更](#)

3-5-4. 輸出規制調査：④食品規格

- ・ 製品規格

牛乳・乳製品は、ベトナム国家規格(「QCVN」)として、保健省の各規格である「酸性化したミルク製品に関するQCVN 5-5:2010/BYT」、「粉状のミルク製品に関するQCVN 5-2:2010/BYT」、「液体のミルク製品に関するQCVN 5-1:2010/BYT」、「ミルクから得た油脂製品に関するQCVN 5-4:2010/BYT」および「チーズ製品に関するQCVN 5-3:2010/BYT」が定められている。

コーデックス規格を導入する基準であるベトナム基準(「TCVN」といい、食品生産販売事業者が同基準の適用を任意に選定できるもの)については、科学技術省より次のとおり発布された。

- ・ 食品包装(食品容器の品質または基準)

輸出食品の包装および容器は、「食品と接触する容器・包装に対する安全衛生の国家技術規格を定める通達34/2011/TT-BYT」および「食品に直接接触するガラス、陶磁器などの容器・包装に関する通達35/2015/TT-BYT」に添付の各品質基準に合致することが求められます。合成樹脂、ゴム、金属それぞれの材料により安全衛生の国家技術規格が異なるため注意する必要があります。

また、食品に直接接触するプラスチック容器の場合は、規定の基準を満たすことが求められる。

なお、食品をベトナムに輸出後に、ベトナムにおいて包装および容器に封入する場合、当該包装および容器は、これらの規定に従うほか、商品自己公表手続きが必要となる場合がある(「食品安全法の施行細則を定める政令15/2018/ND-CP」の第4.1条)。

【出典】

JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(ベトナム\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 食品・農林水産物 - ベトナム - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点:2021年10月

3-5-4. 輸出規制調査：⑤成分と処理

・ 残留農薬および動物用医薬品

牛乳・乳製品は、残留農薬規制の対象となります。ベトナムでは使用される農薬についてポジティブリスト制を採用しており、「食品中に含まれる農薬の最大許容量を規定する保健省通達50/2016/TT-BYT」において、農薬および食品の種類ごとに日常許容摂取値(ADI値)および最大残留許容値(MRL値)が定められている。

加えて、「保健省決定46/2007/QD-BYTを一部修正する保健省通達24/2013/TT-BYT」第4条において、動物用医薬品の残留についてMRL値の規制が定められています。法令に記載されていない農薬または動物用医薬品の残留は認められていない。

・ 重金属及び汚染物質

牛乳・乳製品は、重金属および汚染物質規制の対象となります。最大残留基準値は、「食品中の重金属の最大残留基準値を規定する国家規格QCVN8-2:2011/BYT」の第2章において規定される。「食品中の重金属の最大残留基準値を規定する国家規格QCVN8-2:2011/BYT」の第2章では、6種類(ヒ素、カドミウム、鉛、水銀、メチル水銀、スズ)について、食品の種類ごとにMRL値が定められている。

法令に記載されていない重金属の含有は認められている。

・ 食品添加物

牛乳・乳製品は食品添加物規制の対象となる。

ベトナムで使用可能な食品添加物リストおよび使用対象食品ごとにおけるその最大許容値(ML値)は「保健省通達24/2019/TT-BYT」で定められている。

ポジティブリスト形式で規定されているため、同リストに記載のない食品添加物の使用、販売、輸出入は認められない。

また、食品添加物は、次の1.および2.に該当する場合に限り、使用できる。

1. ヒトの健康を損なうおそれがなく、消費者を欺くことなく、必要とされる効果を発揮する。
2. 次の目的を達成するために、より経済的かつ技術的に効果のあるその他の方法がない。
 - ・ 食品の栄養価値の維持
 - ・ 食品の品質・安定性維持の強化または感覚刺激性の改善(消費者を欺く性質・品質の変更を伴わないもの)
 - ・ 食品の製造・輸送の補助(低品質な原材料の使用または不適切な製造・技術により発生する影響を隠す目的ではないもの)
 - ・ 新たな効果がある混合食品添加物、前述のリストに記載のない食品添加物、または前述のリストに記載される使用対象食品以外の食品への食品添加物の使用については、使用または販売する前に、「食品安全法の施行細則を定める政令15/2018/ND-CP」の第6条～第8条による商品公表書登録を行う必要があります。

このほか「食品中に含まれる生物的・化学的汚染の最大許容量に関する保健省決定46/2007/QD-BYT」の第7章および「溶媒である製造助剤許容値を規定する国家規格QCVN18-1:2015/BYT」で食品の製造助剤許容値についても規制している。

【出典】

JETRO: [生乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(ベトナム\)](#) | [日本からの輸出に関する制度 - 食品・農林水産物 - ベトナム - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)
※調査時点: 2021年10月

3-1-4. 輸出規制調査：⑥衛生検疫

- 動物検疫

牛乳・乳製品は動物検疫の対象となります(農業農村開発省「動物由来食品の検疫を規定する通達25/2016/TT-BNNPTNT」(同省通達35/2018/TT-BNNPTNTによる一部修正)および「農業農村開発省の管轄範囲に属する商品のHSコード一覧表に関する通達15/2018/TT-BNNPTNT」)。

輸出国で発行された食品衛生証明書の提出が要求される。

日本国内では、ベトナム向けに牛乳・乳製品を輸出するための制度が構築されていません。対シンガポールやEUの例では、当該食肉の処理を行った登録施設を管轄する食肉衛生検査所に対して原料食肉証明書を発行してもらったうえで、保健所に、食肉衛生証明書の発行を申請する必要がある。

その後、食肉衛生証明書を添えて動物検疫所で輸出検査を受け、輸出検疫証明書の発行を受ける必要がある。

- その他衛生規制

ベトナムで販売する牛乳・乳製品の衛生規制は、食品安全法で定められている。

同法によれば、ベトナムの国レベルでの食品安全管理は、主に保健省が担っている。

保健省は食品安全に関する食品包装、食品容器の国家技術規定の公布や、加工食品にかかる食品添加物、食品加工助剤などについての管理権限も有している。

ただし、牛乳・乳製品の食品安全管理については、商工省が担っている。

「食品安全法の施行細則を定める政令15/2018/ND-CP」の第6章に基づいて、輸入される食品、食材、食品添加物、食品加工助剤、食品包装用具、食品包装材、食品容器など、すべてが検査対象となる。

ただし、展示会サンプル用の食品など、検査対象外の場合もある。

輸入される牛乳・乳製品の検査の方法、手続きは、「輸入手続きの「2.輸入時の検査」を参照。

【出典】

JETRO:牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き(ベトナム) | 日本からの輸出に関する制度 - 食品・農林水産物 - ベトナム - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ
※調査時点:2021年10月

3-5-4. 輸出規制調査：⑦表示義務

牛乳・乳製品のラベル表示には、「商品のラベル表示に関する政令43/2017/ND-CP」および「食品安全法の施行細則を定める政令15/2018/ND-CP」により規定されています。表示義務項目は次のとおり。

- ・ 商品名
- ・ 内容量
- ・ 製造年月日
- ・ 賞味期限(消費期限)
- ・ 商品に責任を持つ組織あるいは個人の名称と住所(輸入食品の場合は、製造者である組織・個人および商品自己公表もしくは商品公表書登録手続きを行った組織・個人の名称と住所)
- ・ 原産地
- ・ 成分または定量の成分
- ・ 衛生安全性に関する情報と警告
- ・ 使用方法・保管方法

ラベルには、ベトナム語による表記が義務付けられる。

機能性食品のラベル表示については、「政令15/2018/ND-CP」第24条に規定される。

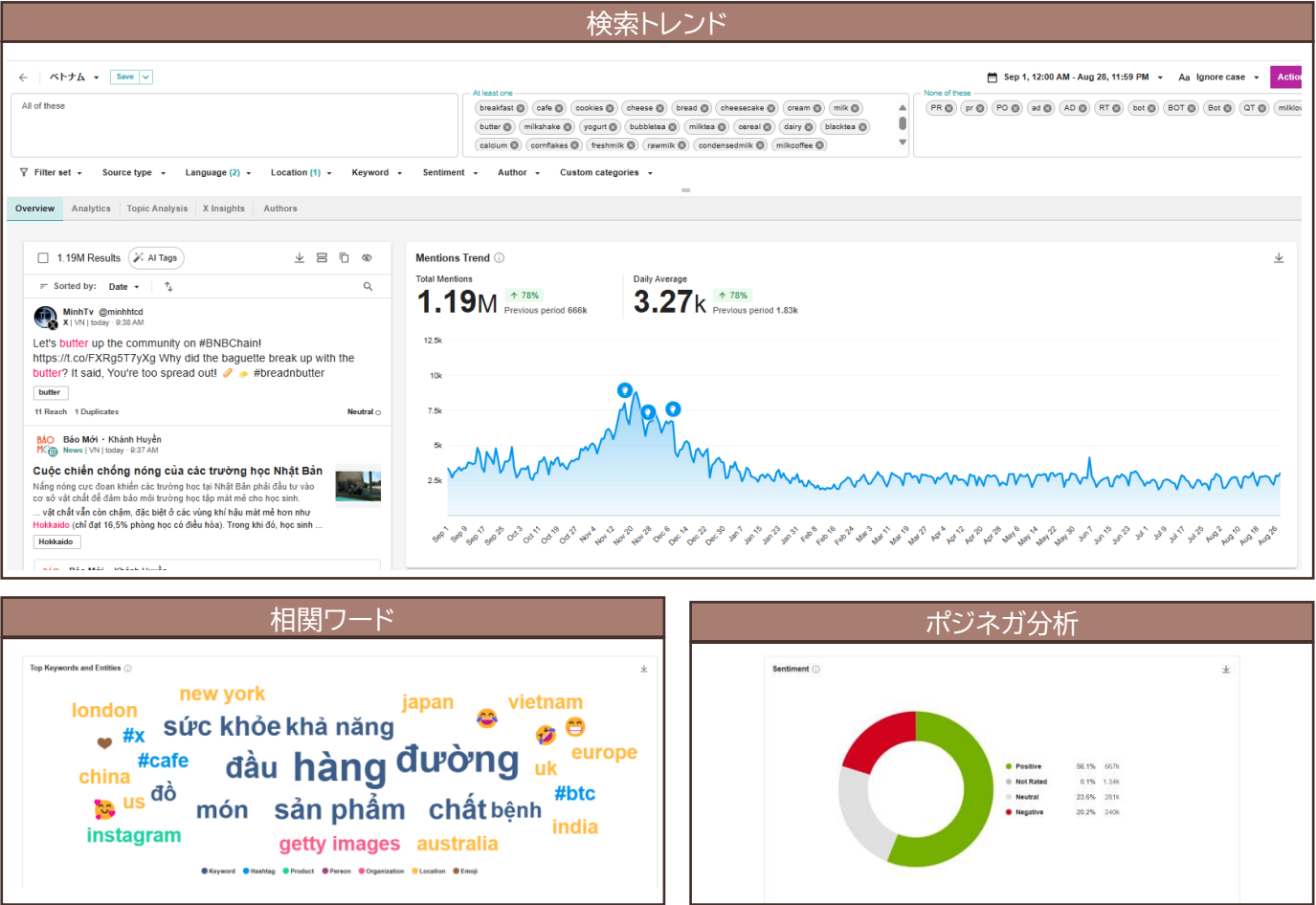
また、遺伝子組み換え食品のラベル表示については、「農業農村開発省・科学技術省共同通達45/2015/TTLT-BNNPTNT-BKHCHN」に規定される。なお、遺伝子組換え食品について、それぞれの遺伝子組換え成分が食品の5%以下である場合は表示が免除される(遺伝子組み換え生物やそのサンプル・製品の安全性に関する政令69/2010/ND-CP第43条、政令15/2018/ND-CP第10条)。

【出典】

JETRO: [牛乳・乳製品の輸入規制、輸入手続き\(ベトナム\) | 日本からの輸出に関する制度 - 食品・農林水産物 - ベトナム - アジア - 国・地域別に見る - ジェトロ](#)

※調査時点: 2021年10月

3-5-5. 消費喫食調査：①SNS調査ダッシュボード



【出典】
meltwater分析ダッシュボードより

3-5-5. 消費喫食調査：②SNS調査内容抜粋

モダンが強いという傾向が見られた。牛乳をそのまま飲むといった投稿と、お茶やコーヒーと混ぜて喫食するといった投稿、いずれも同程度見られた。

検索条件				検索結果		
対象地域	言語	対象ソースタイプ	期間	投稿数		
ベトナム	英語、ベトナム語	フォーラム/X/blog /製品レビュー	過去1年間	119 万件	トラディショナル☆☆★	モダン

項目		内容(抽出ワード)	トラディショナル/モダン
A.喫食シーン	いつ飲むか	牛乳単体では朝食時に飲むという投稿が多くあるが、 <u>コーヒーに混ぜたラテやヨーグルトなどは食後に飲むという投稿が複数あった。</u> (milk,yogurt,sữa,)	トラディショナル
		時間に限らず、アイスクリームを食べるという投稿が多く見られた。(kem, sữa)	トラディショナル
	何と一緒に	<u>シリアルと牛乳で合わせたり、ヨーグルト単体で食べられている。</u> (milk, cereal, yogurt)	トラディショナル
		<u>チーズやケーキやハンバーガー、ホットドッグ等の一般的な食事と合わせて食べられることが多い。</u> (cheese)	モダン
		紅茶に牛乳を入れてミルクティーとして飲むことを好む投稿が一定みられた。(trà sữa,sữa)	モダン
		カルシウムの粉末やタブレットを水に溶かして子供に飲ませる投稿が一定みられた。(canxi)	モダン
		<u>コーヒーにコンデンスミルクを混ぜる文化がある事から、一定数の投稿が見られる。また、クリームや牛乳を混ぜたり、砂糖を多く入れるようなケースも見られる。</u> (coffee, condensed milk, coffee)	モダン
B.購入時重視する点	味	味に関する投稿は殆ど見受けられなかった。(milk, dairy, taste, fresh, sữa, sữa chua)	—
	品質	安全に関する投稿はあるが、特段気にしているような投稿は見受けられなかった。一方、 <u>子供の健康面や肌荒れを気にして喫食するような投稿は多く見受けられ、健康食としての扱いを受けていると考えられる。</u> (milk, dairy, safe, health)	トラディショナル
	価格	価格が高すぎるという投稿は一定数見られた。(milk, dairy, price, café, market,gia,sữa, bữa sáng)	モダン
	ブランド	ビナミルクに関する投稿はあったが、詳しく言及しているような投稿は少なく、「私はこれを使っている」という投稿に留まっていた。(milk, dairy, market)	モダン
		日本産の牛乳に関してMeiji製が見つかったが、投稿数として多くは無かった。(meiji, Hokkaido, Japan)	モダン

3-5-6. サプライチェーン調査：①業界マップ

インポーター、商品開発・製造セグメントでは現地系のVINAMILKが支配的。



JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-1-6. サプライチェーン調査：②主要プレイヤー(製造)

現地系Vietnam Dairy Products(Vinamilk)が支配的。

その他にもKIDO Group、TH Milkなど現地系企業が多い。

企業名	国	業種	牛乳	フレーバー ミルク	ヨーグルト	アイスク リーム	粉ミルク	チーズ	その他事業
Vietnam Dairy Products JSC	ベトナム	商品開発・ 製造	○		○	○	○	○	清涼飲料水、豆乳、 シリアル、砂糖、コ ンデンスミルク
KIDO Group Corp	ベトナム	商品開発・ 製造				○			植物油、菓子
TH MILK JOINT STOCK COMPANY (非上場)	ベトナム	商品開発・ 製造	○	○	○	○			バター、植物性ミル ク
FRIESLANDCAMPINA VIETNAM COMPANY LIMITED (非上場)	ベトナム	商品開発・ 製造	○		○	○			清涼飲料水、バ ター、水、ジャボニ カ米
International Dairy Products JSC	ベトナム	商品開発・ 製造	○	○					
Morinaga Nutritional Foods Vietnam Joint Stock Company(非上場)	日本	商品開発・ 製造		○	○				
Hanoi Milk Jsc	ベトナム	商品開発・ 製造	○	○	○				
NUTIFOOD NUTRITION FOOD JOINT STOCK COMPANY (非上場)	ベトナム	商品開発・ 製造	○	○	○				フルーツゼリー、フ ルーツドリンク
LOTHAMILK JOINT STOCK COMPANY (非上場)	ベトナム	商品開発・ 製造	○	○	○				
BINH DUONG NUTIFOOD NUTRITION FOOD JOINT STOCK COMPANY (非上場)	ベトナム	商品開発・ 製造					○		シリアル
NESTLÉ VIETNAM LIMITED (非上場)	ベトナム	商品開発・ 製造	○		○	○			菓子、コーヒー、水、
KIDO Frozen Foods JSC (非上場)	ベトナム	商品開発・ 製造			○	○			

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成



3-5-6. サプライチェーン調査：③主要プレイヤー(物流)

現地系企業が多い。

日系では鴻池運輸が現地法人を設置し事業展開している。

企業名	国	業種	特色	設立年月	売上(百万円)	期末従業員数
In Do Trans Logistics Corporation (非上場)	ベトナム	配送	統合ロジスティクス、航空サービス、倉庫保管、貨物管理、流通の地域ソリューションプロバイダーである。	2000/1	32,301	100
Gemadept Corp	ベトナム	配送	コンテナや大型貨物を含む、深海、内陸水、陸路、空路によるマルチモーダル貨物輸送サービスを提供する。また、海港、河川港湾、空港の運営、荷役サービスの提供にも関与する。	1990	22,677	N/A
Transimex Corp	ベトナム	配送	ベトナムの大手グローバルロジスティクスサービスプロバイダーであり、あらゆる顧客のニーズを満たしている。内陸輸送、海上輸送、航空貨物から倉庫保管、流通、通関サービスまで、完全なロジスティクスソリューションを提供している。	1983	14,092	N/A
Orient Overseas Container Line Limited	香港	配送	世界最大級の国際コンテナ輸送・物流総合企業であり、100以上の主要都市に約130のオフィスを構えている。	1969	1,229,900	11,444
ABA Cooltrans Corporation	ベトナム	配送	統合コールドチェーンロジスティクスの分野における主要なサービスおよびソリューションプロバイダーであり、ベトナム全土で顧客にサービスを提供している。	2008	N/A	201 - 300
TBA Cold logistics and supply chain	ベトナム	配送		2011	N/A	200-500
KONOIKE VINATRANS LOGISTICS CO., LTD	日本	配送	日系物流企業で初めてベトナムに進出した鴻池運輸(株)と、ベトナム大手物流(VINATRANS社)との合併により設立。事業内容はフォワーディング業務、保税、一般貨物保管業務、DC倉庫、店舗配送業務、機械設備搬入、据付業務、重量物輸送業務、工場、出荷倉庫内請負業務。	1996/12	N/A	634

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成



3-5-6. サプライチェーン調査：④主要プレイヤー(販売消費)

タイ系のCentral Retail Corporationや現地系Saigon Union of Tradingが強い。

企業名	国	業種	牛乳	プレー バー ミルク	ヨーグ ルト	アイスク リーム	粉ミル ク	チーズ	その他 事業
Central Retail Corporation Public Company Limited	タイ	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Saigon Union of Trading Cooperatives	ベトナム	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Vietnam Family Convenience Stores Company Limited	ベトナム	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
GR International	ベトナム	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Lazada Group	中国	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Tiki Corporation	ベトナム	販売(小売)	○	○	○	○	○		
Shopee Vietnam Co., Ltd.	シンガポール	販売(小売)	○	○	○	○	○	○	
Hong Kong Maxim's Group	香港	消費(外食・ 飲食店)	○	○					
Viet Thai International Joint Stock Company	ベトナム	消費(外食・ 飲食店)	○	○					
Công ty cổ phần thương mại dịch vụ Trà Cà Phê VN	ベトナム	消費(外食・ 飲食店)	○	○					
Golden Gate Trade & Service JSC	ベトナム	消費(外食・ 飲食店)	○	○					
Saigontourist group	ベトナム	消費(ホテ ル・旅館)							
Victoria Authentic Indocina	ベトナム	消費(ホテ ル・旅館)							
Victoria Hotels & Resorts	ベトナム	消費(ホテ ル・旅館)							

JETRO各種レポート含むデスクトップ調査をもとに弊社にて作成

3-5-7. 現地調査

【調査対象】

店名	Winmart	Co.op Mart	Bach Hoa Xanh	Aeon MaxValu	Seven Eleven
業態	現地スーパーマーケット	現地スーパーマーケット	現地ミニスーパー	日系スーパーマーケット	コンビニエンスストア
国内店舗数	約3,700店舗	約600店舗	約1,700店舗	16店舗	約120店舗

【調査サマリ】

業態別の傾向	牛乳乳製品の取り扱い状況	日本産牛乳乳製品について
- 現地スーパーマーケットでは牛乳や練乳を多く取り扱う - ミニスーパーはローカル産品を中心に取り扱う - 日系スーパーマーケットでは日本産ヨーグルトとチーズの取り扱いが多い	- 全体的には牛乳、アイスクリーム、ヨーグルトのSKUが多い - ローカルブランドの取り扱いが目立つ(Vinamilkなど)	- 日系スーパーマーケットにて取り扱われることが多い - 取り扱いはヨーグルト、チーズが多い - 主要メーカーは森永、明治など

※調査詳細は別添資料1参照のこと

3-5-8. 消費者アンケート調査

【調査手法】

Webアンケート調査

【調査対象】

過去3年以内に、日本産牛乳乳製品の購入履歴のあるベトナムに居住している方をスクリーニングし、20代～60代の各年代男女5名ずつ、計50名を対象とした

【調査サマリ】

商品カテゴリーの傾向	日本産牛乳・乳製品の味、価格	日本産牛乳・乳製品のパッケージ、ラベル表記	日本産牛乳乳製品のイメージ
- 過去購入回数が多い順に、牛乳、ヨーグルト、チーズとなっている - 実際の購入傾向は、他国とは異なりデンマーク産の購入頻度が非常に高い - 美味しさ・安全性に加えて買いやすい店舗で買えるかどうかも重要視されている	- ヨーグルトが最も味の評価が高く、全体の80.6%が「大変美味しかった」と回答 - 価格の評価も全体的に高く、「やや高い」「かなり高い」は合計で2票に留まっている	- 牛乳はプラスチックボトルが求められているが、その他商品カテゴリーでパッケージに関する大きな傾向は無い - ラベル表記では、「英語のラベルが貼ってあること」への期待が顕著に表れている	- 安心・安全と美味しさのイメージは他国に比べても際立っている - 価格についても調査対象国で最も「安い」と感じられており、プロモーション開催も他国よりも実感されている印象

※調査詳細は別添資料2参照のこと



3-5-9. 関係者ヒアリング

ヒアリング項目		回答
市場の全体像と トレンド	市場規模と成長性	市場規模は約6,000億円(内牛乳50%)、4-5%で成長
	消費トレンドの変化	健康志向の高まりから、付加価値の高い商品の需要が高まる
	オーガニック製品等の影響	市場全体に占める割合はまだ小さいが、需要は高まっている
消費者動向	主要な消費者層	人口分布の観点からも若年層が重要なターゲット
	消費者の購入時重要視する点	価格を重視するほか、品質管理(安全性)への訴求も近年は必要
	競合製品との関係	植物由来ミルクの需要は高まっている
ブランドと 競合分析	主要ブランドのシェア	グローバル:20-30%、ローカル:70-80%(内Vinamilk50%)
	新規参入の難易度	既存輸入ブランドとの大きな差別化ができない限り難しい
価格戦略	価格帯の分析	輸入品が高価格帯、ローカル品が低価格帯に住み分けされている
	価格競争	ローカルブランドでは低価格競争が行われている
	プロモーションの有効度	頻繁に割引等プロモーションが行われ、消費者の購買を促進
流通チャネル	主要な販売チャネル	個人経営店:50%、小売りチェーン(スーパー等):50%
	オンライン販売の成長	近年急速に拡大中
	ロジスティクスの課題	大手ブランド(Vinamilk)では自社でコールドチェーンを確立
消費者教育と マーケティング	健康意識と教育の重要性	メーカーと政府が共同で幼稚園や学校にプログラムを実施
	認証マークの影響	VietGAPなどの基本的な認証は特に消費者への影響なし
	マーケティング手法	従来の屋外広告やTVCMの他、SNSプロモーションも実施
その他		

※輸入関係者や製造事業者、小売り事業者等複数名にヒアリングを行った。

4. 総括

1. 総括
2. 日本製品の強み/弱みと輸出展開の方向性
3. 主要輸出先国の分析と輸出拡大に係る提言
 1. シンガポール
 2. 台湾
 3. 香港
4. 新規輸出先国の分析と輸出に向けた提言
 1. マレーシア
 2. ベトナム

4-1. 総括

【調査全体を通した総括】

- ✓ いずれの対象国においても日本産牛乳乳製品は好意的に受け入れられ、安全性や食味評価が特に高い
- ✓ 価格の高さ、プロモーションの少なさなどのマイナスイメージも対象国問わず一定確認された
- ✓ ラベル表示やパッケージデザイン、割引販促プロモーションなど、対象国それぞれの特性に見合った対応をすることで、消費者需要拡大の可能性が十分にある

主要輸出先国

 シンガポール	- 一人当たり名目GDPが非常に大きく、購買能力が高いことが予想される - 生乳生産量がほとんど確認できず、輸入品が多く取り扱われる - 日本製品の食味に好意的な評価が多くみられた - 価格面での懸念やプロモーションの少なさが課題であるため、割引等販促プロモーションの拡大が望まれる
 台湾	- 日本製品にはWTO加盟国枠の関税が課されるほか、提出書類も非常に多い - 自国産品が様々な業態で広く取り扱われる - 日本製品の安全性について評価が高い - 実需者から日本製品は価格が高いイメージを持たれているため、高機能化や賞味期限伸長など、牛乳乳製品の付加価値化が求められる
 香港	- 一人当たり名目GDPが大きく、購買能力が高いことが予想される - 生乳生産量がほとんどなく、輸入品が多く取り扱われる - 日本製品の安全性について評価が高い - 成分や栄養表示が重視されるほか、ハラール認証対応や環境・動物への配慮などに対する関心も高く、品質以外の面での付加価値も求められる

新規輸出先国

 マレーシア	- 人口やGDPの成長率があまり大きくなく、市場の成長は見込まれるものの、低調な成長予測にとどまる - 他の調査対象国と比べると自国産品はあまり多くなく、輸入品が広く取り扱われている - 日本製品の「安全安心」イメージは浸透している - 日本産品であることや健康表示、ハラール認証など、消費者に分かりやすい表示が望まれている
 ベトナム	- 人口やGDPの成長率がいずれも大きく、今後も継続的な市場成長が期待できる - 自国産品が様々な業態で広く取り扱われる - 日本製品の食味や価格、安全性など、いずれに対しても好意的な印象が多く確認できた - 多様な喫食文化の変遷に対応していく必要がある

【有望度評価】

有望度評価	国名	GDP	一人当たり名目GDP	人口	成長性	購入実績	食味受容傾向	価格受容傾向
中	マレーシア	○	○	○	△	◎	△～○	○
高	ベトナム	○	△	◎	◎	○	◎	◎

4-2. 日本産品の強み/弱みと輸出展開の方向性

対象国の環境(全般)

【経済状況】

- 各国の一人当たりGDPは続伸傾向にある
- 各国の牛乳輸入量も増加傾向にある(台湾除外)

【規制環境】

- シンガポール・香港は牛乳・乳製品は非課税だが、その他の国では関税の課税対象である
- 輸出時の必要書類は各国の制度に依存するが、特に台湾・香港で必要書類が多い

【消費・喫食傾向】

- 各国で健康志向や品質重視の傾向がみられる
- イスラム教徒がいる国ではハラール認証が求められる

日本産品の特徴

【強み】

- 消費者調査の結果から、「品質の高さ」「安全安心」「美味しい」などポジティブなイメージを多く持たれている
- 日本のほとんどで統一されたプロセス(UHT)で殺菌処理・生産されるため、産地やブランドに偏らない品質が担保できる
- 「パッケージデザインがおしゃれ」という意見が一定確認できた

【弱み】

- 他国産品に比べ高価なイメージ、店頭価格は比較的高価
- 割引プロモーションなどが他国産品に比較して少ない
- 健康表示やハラール認証など、他国産品と比較して表示が少ない
- 高品質、安全安心等の訴求に繋がるデータがあまり確認できない
- 日本産品であることが伝わりにくい(CP明治等と混同されやすい)

プロモーション(Promotion)	製品(Product)	価格(Price)	チャネル(Place)
①高品質、②安全安心、③美味しさの訴求 - 訴求するための製品データや認証の表示 - 割引を含めたプロモーション施策の実施	- 購買力の伸長に合わせた高付加価値商品の展開 ✓品質重視の傾向に合わせ、安全性に関する検査基準や成分など品質面で他国産品との差別化 ✓健康重視の傾向に合わせ、機能性商品の拡充	他国輸入品・現地生産品それぞれで手頃な価格で高品質な商品が増えているため、必要に応じて割引販売施策の実施	工場ライセンス、輸出証明書、衛生証明書や、HACCP認証、GMP認証など各種現地規制へ対応するインポーター・ディストリビューターとの連携や、JETRO・輸出支援PFなど輸出支援の仕組みの活用

4. 総括

1. 総括
2. 日本製品の強み/弱みと輸出展開の方向性
3. 主要輸出先国の分析と輸出拡大に係る提言
 1. シンガポール
 2. 台湾
 3. 香港
4. 新規輸出先国の分析と輸出に向けた提言
 1. マレーシア
 2. ベトナム

4-3-1. 対象国分析と輸出拡大に係る提言：シンガポール

対象国の特徴	【経済/人口について】 ✓ GDP、一人当たり名目GDPは増加傾向 ✓ 人口は近年大きな増減なし 【牛乳乳製品の消費傾向について】 ✓ 牛乳、加工乳等の家庭内消費は近年鈍化しているものの、将来的には増加予測 【輸出規制について】 ✓ 牛乳乳製品は関税課税対象外
消費者の特徴	【消費トレンドについて】 ✓ 健康志向の消費傾向が顕著になっている ✓ ミルクティやラテとして喫食されることが多い ✓ 牛乳としての喫食タイミングとしては朝が多い 【購入時に重要視する点について】 ✓ 【美味しさ】【価格】【安全性】などが重視される ✓ 「パッケージデザイン」についても重視される傾向 【日本製品のイメージについて】 ✓ 日本製品は「他国産品に比べて美味しい」というイメージを持たれている ✓ 「(品質に対して)価格が高い」「あまりプロモーションをやっていない」という回答も目立った ✓ 「安心安全」のイメージをあまり持たれていない
実需者の特徴	【対象品目の市場全体について】 ✓ 健康、品質を重視する傾向 ✓ サステナビリティやオーガニックへの意識が高まっている ✓ イスラム教徒の方が多いため、ハラール認証は重要 【実需者固有の特徴について】 ✓ 豆乳やオーツミルク、アーモンドミルク等植物性ミルクの需要が拡大しており、棚割りも拡大傾向にある(小売) ✓ コールドチェーン含め、サプライチェーンが非常に充実しており、取扱事業者も多い(輸入関係者)



消費拡大に向けた提言	安全性、高品質の訴求も絡めたプロモーション 日本産品は「美味しい」というポジティブなイメージを持たれる一方で、強みである「安心安全」イメージはあまり浸透していない。また、「(品質に対して)価格が高い」という意見も多くみられる。高付加価値な日本産牛乳の周知拡大に向けて健康表示等、現地で売られる他国産品に見られるような表示に対応する必要がある。価格が高い、プロモーションをあまり実施していないといった意見が目立つため、割引プロモーションのような価格面でのプロモーション施策も求められる。 製品ラインナップの拡充 低脂肪乳、無脂肪乳、高付加価値乳製品の商品ラインナップを拡充し、また、それらをラベル表示に対応させることで、消費者のニーズを満たせるように取り扱ってもらう必要がある。
実需者の需要拡大に向けた提言	ハラール認証への対応 シンガポールの特性にあわせ、イスラム教徒の方が多く居住されているため、ハラール認証対応は必須であり、競合品である他国産品は基本的に対応している。 健康志向・品質重視への対応 低脂肪乳、無脂肪乳、高付加価値乳製品の商品ラインナップを拡充し、また、それらをラベル表示に対応させることで、消費者のニーズを満たせるように取り扱ってもらう必要がある。また、健康表示など消費者のトレンドを適切に把握した成分表示や訴求表示を行うことで、より多くの事業者での取り扱いが期待できる。

4-3-2. 対象国分析と輸出拡大に係る提言：台湾

対象国の特徴	【経済/人口について】 ✓ GDP、一人当たり名目GDPは近年停滞気味だが、将来的には増加予測 ✓ 人口は近年大きな増減なし 【牛乳乳製品の消費傾向について】 ✓ 牛乳、加工乳等の家庭内消費は国内全体、個人ともに ✓ 増加傾向であり、今後も増加予測 【輸出規制について】 ✓ 牛乳乳製品はWTO加盟国枠の課税対象(15%) ✓ 輸出時に提出すべき書類が多い
消費者の特徴	【消費トレンドについて】 ✓ 若い世代を中心に健康的な選択肢へ遷移している ✓ 朝食時にパン食の人を中心に喫食されている ✓ お茶やコーヒーの飲用習慣があり、タピオカドリンクなど、牛乳を混ぜて飲用されることも多い 【購入時に重要視する点について】 ✓ 「美味しさ」「成分(栄養素等)」「価格」が重視される ✓ 「安全性」はあまり重視されない 【日本製品のイメージについて】 ✓ 「安全安心」イメージが強い ✓ 「パッケージがおしゃれ」というイメージを持たれていない
実需者の特徴	【対象品目の市場全体について】 ✓ コロナ禍を経て牛乳乳製品は、盛んだった外食産業での需要から自家消費需要に遷移した ✓ 若年層を中心にサステナビリティの意識が高まっている 【実需者固有の特徴について】 ✓ 日本製品は日本語パッケージのまま輸入され、その上から中国語のシール(内容量などの情報を記載)を貼るだけで、現地の表示に対応できていない(小売) ✓ 賞味期限を延ばした商品を取り扱いたい(ディストリビューター)

消費拡大に向けた提言	高品質の周知 日本製品の強みを改めて周知する必要がある。 日本製品は「安全安心」というポジティブイメージを持たれている一方、「美味しさ」のイメージはそれほど高くなかった。 台湾の方の牛乳乳製品の購入因子は、「美味しさ」「成分」「価格」であり、安全安心はあまり重視されていない可能性があるため、「美味しさ」「高品質」の訴求の優先度が高い。 日本製品の周知拡大プロモーション 台湾ではSNSなどを通じた、インフルエンサーでのプロモーションが効果的であり盛んに行われるため、これまでのプロモーション活動に加えてSNSを利用し、日本製品の周知拡大を行うことで、輸出拡大につながるものと考えられる。 台湾ではSNSなどを通じた、インフルエンサーでのプロモーションが効果的であり盛んに行われるため、これまでのプロモーション活動に加えてSNSを利用し、日本製品の周知拡大を行うことで、輸出拡大につながるものと考えられる。
------------	---

実需者の需要拡大に向けた提言	製品の高付加価値化 実需者からも価格が高い声が聞かれるため、高機能化や賞味期限を延ばすような高付加価値品にしていく必要がある。 消費者の傾向が大きく遷移している本対象地域において、競合品との差別化が求められるものの、ローカルブランドが多い本地域において、価格面の開きは取り扱いにくさを助長している。 また、賞味期限が短い点についても同様であり、こちらは以前から課題になっている点でもあるため、より一層の改善が求められる。 ラベル表示への反映 パッケージの中国語記載やサステナビリティについての取り組み等を反映できていない状況があり、台湾は特に成分表示への関心も高いため、できるだけわかりやすく日本製品の取り組みや「高品質」を伝えるべく、ラベル表示の反映を進める必要がある。
----------------	--

4-3-3. 対象国分析と輸出拡大に係る提言：香港

対象国の特徴	【経済/人口について】 ✓ GDP、一人当たり名目GDPは近年増加傾向であり、将来的にも増加予測 ✓ 人口は近年大きな増減なし 【牛乳乳製品の消費傾向について】 ✓ 牛乳、加工乳等の家庭内消費は国内全体、個人ともに ✓ 増加傾向であり、今後も増加予測 【輸出規制について】 ✓ 牛乳乳製品は関税課税対象外 ✓ 輸出時に提出すべき書類が多い
消費者の特徴	【消費トレンドについて】 ✓ 若い世代を中心に健康的な選択肢へ遷移している ✓ 朝食時によく喫食されている ✓ 牛乳乳製品は単独だけではなく、お茶やコーヒーに混ぜる、ヨーグルトにはちみつや果物を混ぜるなど、種々の食べ合わせも見られる 【購入時に重要視する点について】 ✓ 成分(栄養素等)「美味しさ」「安全性」が重視される ✓ 「価格」はあまり重視されない傾向 【日本製品のイメージについて】 ✓ 「安全安心」「美味しい」イメージが強い ✓ 「賞味期限が短い」「(品質に対して)価格が高い」というイメージも持たれている
実需者の特徴	【実需者から見る市場の消費トレンドについて】 ✓ 価格よりも健康や品質重視の傾向 ✓ 環境や動物に配慮した製品が重要視され始めている ✓ 一定のイスラム教徒の方がおられるため、ハラール認証取得が望ましい 【実需者固有の特徴について】 ✓ コールドチェーンが途切れる場所があることは課題(流通) ✓ パッケージにおける脂肪分の表示について、以前よりも強調したデザインが増えてきている(小売)

消費拡大に向けた提言	高品質の周知 日本製品の「高品質」「安全安心」をより強く訴求する必要がある。 日本製品は「安全安心」「美味しい」というポジティブなイメージを持ってもらえており、これらは対象地域内の購入因子にも通ずる部分であるものの、「(品質に対して)価格が高い」というネガティブなイメージも持たれている。 成分表示などを見直し、消費者の傾向にあわせたものにするとともに、日本製品の「高品質」を改めて訴求し、価格への納得感を持って購入を進めてもらう必要がある。 製品ラインナップの拡充 お茶やコーヒーとの相性を考慮した製品など、食べ合わせなども意識した製品開発をすることで、ミルクティとしての飲用などを単体利用以外の消費を喚起できる可能性がある。 また、健康志向の消費者ニーズに合わせて低脂肪乳や無脂肪乳、その他機能性のある商品展開が求められる。
------------	--

実需者の需要拡大に向けた提言	高品質の訴求 対象地域内で求められるような表示に対応した製品を展開し、日本製品の「安全安心」「美味しさ」に加え、「高品質」を訴求していく必要がある。 特に品質が重視される本対象地域において、それを担保するような各種表示は重要である意見が散見されており、一方現地調査からは、現地で売られている日本製品があまりそれらに対応しきれていないような状況が確認できた。 対象地域内の消費者トレンドに対応するような表示をし、日本製品の「高品質」をより具体的なイメージを持って訴求していき、様々な方に取り扱っていただけるような状況を用意する必要がある。 製品の高付加価値化 香港の特性にあわせ、ハラール認証表示や環境/動物への配慮、オーガニック食品の表示など、消費者のトレンドに合わせた表示をわかりやすく適切に商品ラベルに表示し、品質以外の面での付加価値も求められる
----------------	---

4. 総括

1. 総括
2. 日本製品の強み/弱みと輸出展開の方向性
3. 主要輸出先国の分析と輸出拡大に係る提言
 1. シンガポール
 2. 台湾
 3. 香港
4. 新規輸出先国の分析と輸出に向けた提言
 1. マレーシア
 2. ベトナム

4-4-1. 対象国分析と輸出拡大に係る提言：マレーシア

対象国の特徴	【経済/人口について】 ✓ GDP、一人当たり名目GDPはコロナ禍の停滞を除き増加傾向であり、将来的にも増加予測 ✓ 人口は近年大きな増減なし 【牛乳乳製品の消費傾向について】 ✓ 牛乳、加工乳等の家庭内消費は国内全体、個人ともに増加傾向であり、今後も増加予測 【輸出規制について】 ✓ 牛乳乳製品へは0～20%関税が課される ✓ 輸入割当制度への申請は通関システム経由で申請することで割り当てられる
消費者の特徴	【消費トレンドについて】 ✓ 鮮度や品質などを気にする消費者が多い ✓ 若い世代を中心に健康への配慮が高まっている ✓ 茶やコーヒーとともに、朝食食されることが多い 【購入時に重要視する点について】 ✓ 「美味しさ」「価格」「成分(栄養素等)」が重視される ✓ 「ラベルのわかりやすさ」も重視される傾向 【日本製品のイメージについて】 ✓ 「安全安心」というポジティブなイメージが強い ✓ 「表示がわかりにくい」「あまりプロモーションをやっていない」というネガティブなイメージも強く持たれている
実需者の特徴	【実需者から見る市場の消費トレンドについて】 ✓ 消費者全体として健康志向が高まっている ✓ 若年層を中心にフレーバーミルクやオーガニック製品の需要が高まっている ✓ ハラル認証取得は必須 ✓ 日本産品ではないが、そのように見える商品などが混在している 【実需者固有の特徴について】 ✓ 農村部では配送、冷蔵のインフラが整っていないので、それに応じた製品ラインナップで供給する必要がある(メーカー) ✓ 他国産の品質も向上しており、日本産品であるだけでなく別の差別化要素が求められる(輸入関係者)

消費拡大に向けた提言	「日本産品」、「安全安心」、「高品質」の訴求 マレーシアに適した表示に対応するとともに、「日本産品であること」「安全安心」「高品質」を訴求していく必要がある。マレーシアではハラル認証の取得が基本であり、また若い世代を中心に健康への関心が高い。一方、日本産品の表示がわかりにくいという意見も目立つ。 また、日本産品であることがわかりにくいという声も確認できたため、日本産品の強みである「安全安心」「高品質」とともに「日本産品であること」をわかりやすく明示する必要がある。 効果的なプロモーション施策 プロモーションの少なさについても強いイメージを持たれているため、対象国内で一般的なYouTubeやGoogle Adsを活用したプロモーション、店舗での割引プロモーション等、様々なプロモーション活動を行う必要もある。
実需者の需要拡大に向けた提言	他国産品との差別化 マレーシアにて求められるような表示に対応した製品を展開し、日本産品の「高品質」を訴求するだけでなく、それ以外の部分で他国産品との差別化を図る必要がある。 マレーシアは他対象国とは違う特徴も有しているため、ハラル認証に対応する、都市部と地方部では展開する商品を変えるなど、種々の対応が必要である。そのうえで、もちろん「高品質」の部分も訴求するため、成分表示等も含め、定量的に他国と違い優れている点をわかりやすく表示する必要がある。 フリーライドの防止 一定の基準を満たした日本産品に共通のロゴを用いるなど、日本産のビジュアルアイデンティティを構築することで他国産品が日本産品に誤認させて購買させることを防止する必要がある。 日本産品かどうかのわかりやすさは日本産ブランディングの観点からも重要である。

4-4-2. 対象国分析と輸出拡大に係る提言：ベトナム

対象国の特徴	【経済/人口について】 ✓ GDP、一人当たり名目GDPは大きく増加傾向であり、将来的にも増加予測 ✓ 人口は近年増加傾向が続き、2023年に1億人を超えた 【牛乳乳製品の消費傾向について】 ✓ 牛乳、加工乳等の家庭内消費は国内全体、個人ともに増加傾向であり、今後も増加予測 【輸出規制について】 ✓ 牛乳には15%の関税が課され、その他乳製品は品目によって0～20%の関税が課される ✓ 輸出時に提出すべき書類が多い
消費者の特徴	【消費トレンドについて】 ✓ 若い世代を中心に健康への意識が高まる ✓ 茶やコーヒーに混ぜて喫食するという意見が多くみられる 【購入時に重要視する点について】 ✓ 「美味しさ」「安全性」「価格」が重視される ✓ 「パッケージデザイン」も重視される傾向 【日本製品のイメージについて】 ✓ 「安全安心」「美味しい」というポジティブなイメージが強い ✓ 「(品質に対して)価格が安い」という意見も目立つ
実需者の特徴	【実需者から見る市場の消費トレンドについて】 ✓ 消費者の健康に対する意識が高まっており、品質や栄養素に対する関心も大きくなっている ✓ 乳製品の喫食の仕方の多様化が進んでおり、より付加価値の高い製品が求められている ✓ 現地産のブランドが広く親しまれている 【実需者固有の特徴について】 ✓ サステナビリティやオーガニック製品、健康を意識した製品の需要が年々高まっており、各乳業メーカーはそれらの商品開発、パッケージの表示などに注力(メーカー) ✓ 国内でコールドチェーンが分断されている箇所があり、商品に影響する(流通)

消費拡大に向けた提言	製品ラインナップの拡充 日本産の乳製品に対して、ポジティブなイメージが強いベトナムにおいては、消費トレンドを反映したさらなる商品ラインナップの拡充が消費拡大につながると考えられる。 健康需要の高まりなどから、高機能品などは製品ラインナップとしても取りそろえ、わかりやすくその訴求点を表示することも求められる。 既存ブランディングを利用した需要獲得 日本産の牛乳はまだあまり輸出されていないものの、アイスクリームをはじめとする乳製品はすでに多くの輸出実績があり、好意的に認知されている。 すでに市場に生まれている好意的なブランディングをうまく利用し、日本産牛乳の試飲プロモーションなど、「高品質」「美味しさ」を実感してもらうことで、さらなる認知、需要の獲得を図る。
実需者の需要拡大に向けた提言	保存性のある製品での販路開拓 コールドチェーンが未発達で、要冷蔵や賞味期限の短い製品の流通は困難。LL牛乳のように常温保存が可能で、賞味期限が長い商品のほうが流通事業者には好まれる。 まずは保存性の高い製品で日本産品の認知を広め、良さを知ってもらうことがファーストステップとなると考えられる。 消費者の購買力にあわせた製品投入戦略 消費者の購買力の向上に合わせて高単価、高付加価値の製品の展開を検討すべきと考えられる。 日本産品の良さを知ってもらった消費者に対して、対象地域内で求められるような表示や食味に対応した製品を展開し、日本産品の「高品質」を訴求していくことが望ましい。

参考資料

【HS CODE】

HS CODEとは、世界税関機構(WCO)の管理する「商品の名称および分類についての統一システム(Harmonized Commodity Description and Coding System)に関する国際条約(HS条約)」に基づいて定められたコード番号である。

本調査の調査対象品目に関するHS CODE分類表は以下の通り。

番号(HS CODE)		品名
0401		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甘味料を加えたものを除く(例:牛乳、クリーム等)) ※LL牛乳(乳等命令で定める「常温保存可能品」)を除く
	10	- 脂肪分が全重量の1%以下のもの
	20	- 脂肪分が全重量の1%を超え6%以下のもの
	40	- 脂肪分が全重量の6%を超え10%以下のもの
	50	- 脂肪分が全重量の10%を超えるもの
0402		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甘味料を加えたものに限る(例:脱脂粉乳、加糖脱脂粉乳、脱脂粒乳、加糖脱脂粒乳、無糖練乳、加糖練乳等)) ※乳等命令で定める無糖練乳、無糖脱脂練乳を除く
0403		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 (濃縮若しくは乾燥をしてあるかないか又は砂糖その他の甘味料、香味料、果実、ナットもしくはココアを加えてあるかないかを問わない) ※乳等命令で定める発酵乳(ヨーグルト等)、乳酸菌飲料を除く
0404		ホエイ(濃縮若しくは乾燥をしてあるかないか又は砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わない)及びミルクの天然の組成分から成る物品(砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わないものとし、他の項に該当するものを除く)
0405		ミルクから得たバターその他の油脂及びデリースプレッド ※乳等命令で定めるバターオイル(ギーを含む)を除く
0406		チーズ及びカード ※プロセスチーズを除く

【消費者/実需者】

本調査において消費者とは、調査対象国に居住する最終一般消費者を表し、

実需者とは、加工等を行う食品製造事業者や外食・中食業者のほか、輸出に係る現地インポーター・流通小売りに係る流通事業者、ディストリビューター、小売り事業者などを表す。

【CAGR】

CAGRとは、年平均成長率(Compound Average Growth Rate)の頭文字からなる略語であり、ある一定期間における成長率の1年あたりでの幾何平均を表すものである。

本調査では、取得した統計データの成長性分析に使用した。