

国・地域名

カナダ

【更新】2019年5月

<p>人口・経済発展状況等</p> <p>〔参考：日本〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ●人口：1億2,645万3千人（2018年11月確定値、総務省統計局） ●実質GDP成長率：0.8%（2018年度、内閣府） ●1人あたりGDP（名目）：3万9,306ドル（2018年、IMF） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口 3,731 万人 2019年1月1日時点推計値、カナダ統計局 ・ 実質GDP成長率 2.0 % 2018年、カナダ・グローバル連携省 ・ 1人あたりのGDP（名目） 60,501 ドル 2018年、カナダ・グローバル連携省 ・ 在留邦人 70,025 人 外務省「海外在留邦人数調査統計」平成30年要約版 ・ 訪日外客数 33.1 万人 2018年、日本政府観光局（JNTO） ・ 日本食レストラン数 2,576 店 在加日本大使館、総領事館調べ（農林水産省2015年8月28日付プレスリリースの内数） 	
<p>日本からの農林水産物輸出状況 （平成30年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省）</p>	<p>12位 100億円 うち農産物71億円(71.2%)、林産物0億円(0.2%)、水産物29億円(28.6%)</p> <p>輸出額の多い品目： アルコール飲料（日本酒等）、緑茶、ひらめ・かれい、ごま油、ソース混合調味料</p>	
<p>味覚、嗜好上の特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食品業界誌や消費者誌3誌が予測する2019年の食トレンドで共通する点は以下のとおり。 <ol style="list-style-type: none"> ①植物性由来のタンパク質の商品開発が引き続き増加する（ハンバーガーチェーンA&Wにおける植物性タンパク質ハンバーガー等）。 ②大麻を利用した食品の増加（カナダでは2019年10月17日より大麻を使用した食品の販売が認可される見込み）。 ③オーツミルク、非乳製品アイスクリーム、タヒニ（ゴマ）由来のデザート等、従来乳製品やピーナッツアレルギー患者を対象としていた商品の開発が広がる。 ④食品ゴミの低減を目的として、形が不ぞろいなどの理由からこれまで廃棄されていた青果物の廉価販売や、廃棄予定のパンを使用したビールの製造など、食品の有効利用が進む。 	
<p>制度的制約</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ <食品安全規則の統合> 政府は2017年1月21日、官報に“Safe Food for Canadians Regulations”（SFCR）の規則案を公表し、パブリックコメント募集を経て2018年6月13日に最終規則を公開、2019年1月15日に施行した。この規則は、既存の14の規則をひとつにまとめ、すべての食品にかかわる輸入、輸出、カナダ国内の州間の移動を規制するもので、食品の輸入者は食品の安全性を保証することを条件に輸入ライセンスが与えられる。輸入者は、安全性を保証するため、サプライヤーの食品のリスク管理手順書を保持するか、または第三者認証機関による認証と根拠となる資料を揃えなければならない。 <動物検疫> <ul style="list-style-type: none"> ・ 牛肉は、カナダ食品検査庁が認定する日本国内施設（8カ所）で加工された牛肉のみ輸入が可能で、当該施設以外で加工された畜産物（畜肉エキス入り商品を含む）の輸入は認められていない。 ・ 水産物：CFIAが提示したリストに記載された魚種についてCFIAの輸入許可証添付で輸入可。 <植物検疫> <ul style="list-style-type: none"> ・ もも、いちご、さくらんぼを除くほとんどの品目は輸入可。ただし以下品目のパルク輸入は、当該品がカナダ国内で不足した場合にのみ許可されている。その場合には、カナダ農務・農産食品省大臣もしくはCFIA長官名で発行される規制準拠免除状が必要となる。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 200kgを超えるりんご、アプリコット、なし ・ 50kgを超えるサクランボ、ぶどう、もも、プラム、ブルーベリー、アスパラガス、ビート大根、芽キャベツ、レタス、たまねぎ、パースニップ（セリ科のニンジンに似た根菜）、ジャガイモ、ルタバガ（アブラナ科のカブに似た根菜）、トマト ・ なしは、植物検疫協議の結果、果実の袋かけの条件の削除など、各産地が取り組みやすい輸出植物条件に合意し、輸出入が可能になった（2016年8月8日農水省）。りんごは、「ふじ」を含むすべてのりんご生果実について、「ふじ」と同じ植物検疫条件を満たすことで、輸出入が可能になった（2016年10月25日農水省）。 	
<p>商流・物流・商習慣</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 多文化主義からアジア系（中国、香港、韓国等）の移民が多いのが特徴。アジア系食材市場の拡大に応じて、主要大手スーパーマーケットによるアジア系スーパーマーケットの買収やアジア系商品PB開発がみられる。 ・ 日系、アジア系の流通網がある。日本食材はカナダに直接入る場合と米国から入る場合の2通りある。北米に進出している日系大企業の多くは、地域ごとにセールスエージェント（担当）を配置し、当地ディストリビューターと取引している。他方、当地スーパーマーケットのLoblawsは、価格競争力を高めるべく、今後日本企業との直接取引をしようとしている。 ・ 酒類は各州に管理委員会があり、専売制。日本の蔵元は、管理委員会に登録した輸入エージェントを通じて取引を行う。各州政府によって管理範囲や酒類規制が異なるので要注意。 	
<p>日本食普及状況等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本食レストランの人气が高く、特にバンクーバーでは、中華レストランを凌ぐ店舗数がある。日本食ブームは西部から東部に伝播し、トロントでは居酒屋&ラーメンブームを経て、高級モダンジャパニーズレストランが相次いでオープンしており、お好み焼きなどのB級グルメの浸透と超高級店の出現で二極化がみられる。 【日本食ブームに関する当地メディア報道の事例】 ・ ミシュラン二つ星を獲得したニューヨークの「Sushi Ginza Onodera」シェフの斎藤正樹氏がトロントで1人500カナダドルの超高級すし店「Sushi Masaki Saito」を開店すると報じた。（『トロント・ライフ』マガジン、2019年6月号、ナショナルポスト4月15日付）。 ・ 「味噌とは何か、どうやって使うのか」と題して、味噌の家庭での使用方法についてコラムニストが記事を執筆した。（『グローブ・アンド・メール』紙、2019年5月8日付）。 	