

国・地域名			【更新】2024年7月
カナダ			
人口・経済発展状況等 〔参考：日本〕 ●人口：1億2,430万人 (2023年12月確定値、総務省統計局「人口推計」2024年5月20日公表) ●実質GDP成長率：1.2% (2023年度、前年度比、内閣府) ●1人あたり GDP(名目):3万3,806ドル (2023年、IMF WEO2024年4月)	・ 人口	3,997 万人	2023年（IMF WEO2024年4月）
	・ 実質 GDP 成長率	1.1 %	2023年（IMF WEO2024年4月）
	・ 1人あたりの GDP（名目）	5万3,548 ドル	2023年（IMF WEO2024年4月）
	・ 為替レート(1CAD)	105.78 円	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング為替相場 2023年間平均（TTS）
	・ 日本の直接投資額	5,300 億円	財務省「対外・対内直接投資フロー令和5年（2023年）」
	・ 進出日系企業数	971 社	外務省「海外進出日系企業拠点数調査」（令和4年10月1日現在）
	・ 在留邦人	7万5,112 人	外務省「海外在留邦人数調査統計」（令和5年10月1日現在）
	・ 訪日外客数	42万5,874 人	2023年暫定値、日本政府観光局（JNTO）
	・ 日本食レストラン数	2,610 店	農林水産省「海外日本食レストラン国・地域別概数」（令和5年10月13日）
	日本からの農林水産物輸出状況 (2023年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省)		
味覚、嗜好上の特徴	13位 193億円 うち農産物153億円(79.2%)、林産物3億円(1.7%)、水産物37億円(19.1%) 輸出額の多い品目： アルコール飲料、ソース混合調味料、ゼラチン、ごま油、緑茶		
	・ 食品業界団体等が予測する2024年のカナダの食トレンドで特筆的なものは次のとおり。 ①循環型経済・自然派志向の継続：植物由来のシーフードがトレンドになるなど植物由来の製品やメニューが重視されている。また食品廃棄物の再利用についても関心が高い。食品の産地・由来についての透明性も求められている。 ②イーターテイメント"Eatertainment(EatとEntertainmentをかけた造語)": 消費者は五感に訴えるような食事体験を求めている。レストランがインタラクティブな要素やエンターテイメントを活用している。 ③スパイス：料理にスパイスを効かせたいという消費者要求の高まりを背景に、企業が様々な新しいスパイスや調味料を発売している。		
制度的制約	・ <食品安全規則の統合> 政府は2019年1月15日、「カナダ食品安全規則」"Safe Food for Canadians Regulations"（SFCR）を施行した。この規則は、既存の14規則をひとつにまとめ、すべての食品に関わる輸入、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 ・ <動物検疫> 牛肉は、カナダ食品検査庁（CFIA）が認定する日本国内施設（10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。水産物はCFIAが提示したリストに記載された魚種はCFIAの輸入許可証添付で輸入可。 ・ <植物検疫> 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レク輸入は、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。 ・ 200kgを超えるりんご、アブリコット、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）。		
	・ 移民が人口の約4分の1（830万人）を占める（2021年カナダ国勢調査）。近年、新規移民の出身地は中東を含むアジアが多く、アジア系食材の市場が拡大している。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のPB開発がみられる。 ・ 日系、アジア系の各流通網がある。また日本食材はカナダに直接入る、もしくは米国から入る場合の2通りである。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 ・ 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。各州政府ごとに管理範囲や酒類規制が異なるので要注意。		
Eコマースの概要	・ カナダ政府統計によると、小売業全体の市場規模は2022年で8,155億カナダドル（以下、Cドル）で、うち637億CドルがEコマースであった。米国商務省国際貿易局（ITA）によると、カナダ人口の75%を占める2,700万人のEコマースユーザーがあり、2025年までに77.6%に達すると予想されている。 ・ マーケットプレイス（Eコマース プラットフォーム）として在カナダのEC業者を選択し日本産農林水産物・食品を販売する場合、日本の生産者や輸出業者がカナダ国内の輸入者へ商品を輸出し、EC業者の配送センターを通じてカナダ国内の消費者へ商品を販売する方法が想定される。この場合、輸入者は商品を日本企業から購入したカナダ企業となり、カナダ企業はカナダの消費者へ商品を販売するにあたって「カナダ国内法（食品の場合は上述のカナダ食品安全規則）」への準拠が必要となるため、日本企業へ予防管理計画の提出等を求めることが想定される。また、日本の生産者や輸出業者が輸入者を設けず、EC業者の配送センターを仲介しないでカナダの消費者へ個別に商品を輸出・販売する方法は、仕組み上は可能となっているものの、食品に限っては、カナダ食品安全規則では、食品の「個人輸入」は旅行などに伴う携行品のみに認められており、クーリエ（国際宅配便）による食品の個人輸入は認められていないため注意さ		
	・ 2024年の外食産業の名目売上高は前年比3.4%増の927億Cドルと予測されるが、メニューのインフレ率3%を考慮すると、実質売上高はわずかに0.4%増と予想されている。（出所：Restaurants Canada） ・ 食品業界団体によると、2024年2月時点で62%のレストランが、赤字またはほとんど利益の出ない状態で営業しており、2023年7月の53%から9%増加している。閉店も2023年は前年比44%増と、ここ10年で最も多くなった。 ・ カナダ統計局によると、カナダの小売スーパーにおける売上高は2023年は1,072億Cドルで、前年比5.5%増となった。		
外食・小売等の状況	・ 日本食レストランの人氣が高く、特にバンクーバーでは中食販売店舗も開店している。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、焼きそば、カレー、串焼きなどの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。2023年9月にミシュランガイド・トロント版が更新され、新たに1店の日本料理店が一つ星となり、星付きレストラン17店のうち6店が日本料理店で、同年10月に発表されたバンクーバー版でも1店の日本料理店が一つ星に加わり、星付き全9店のうち3店が日本料理店であった。		
	日本食普及状況等		