

**カナダ・オンタリオ州における  
日本産酒類および酒器の流通に  
関する調査**

2024年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部

トロント事務所

#### 【レポートの利用についての注意・免責事項】

本レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）トロント事務所が委託先 MIHAGI Research Group Inc. に作成委託し、2024年2月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロおよびMIHAGI Research Group Inc. は一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよびMIHAGI Research Group Inc. が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

## 〈目次〉

はじめに	1
1. カナダ・オンタリオ州における酒類の消費動向	2
2. カナダ・オンタリオ州における日本産酒類の輸入状況、販売銘柄と価格帯	3
3. カナダ・オンタリオ州における日本産酒類の主な流通経路 (輸入／国内生産からエンドユーザーまで)	4
4. カナダ・オンタリオ州における酒器関連製品（陶器など）の輸入・市場動向	5
5. カナダ・オンタリオ州を中心とした酒類や酒器の市場トレンド	6

## はじめに

本調査では、カナダ・オンタリオ州へ日本産酒類や酒器などの輸出を検討中の事業者を対象に、当該商品の市場概況をまとめた。

オンタリオ州では、ウイスキーや日本酒など 200 を超える日本産酒類が販売され、輸入額は過去 10 年間で 4 倍、酒器などの関連製品の輸入額も 2 倍に増えるなど、消費は拡大している。酒類は州政府公社による専売制が敷かれているが、仕組みを理解すれば参入可能だ。日本産品は、「本物志向」の消費者のニーズを満たし、人口増などを背景に今後も需要が拡大する可能性が高い。

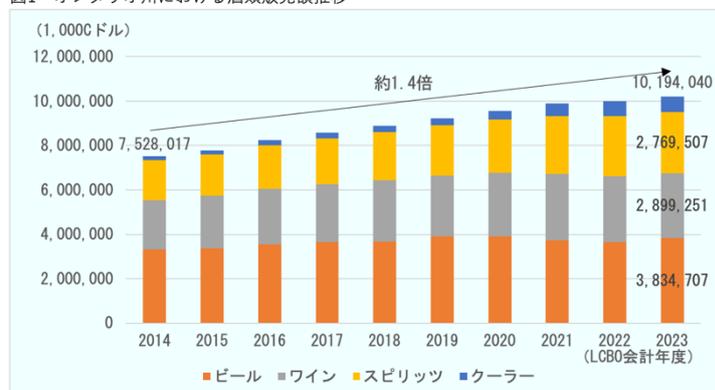
2024 年 3 月  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
調査部 米州課

## 1. カナダ・オンタリオ州における酒類の消費動向

オンタリオ州は、カナダで人口が最大の州で約1,580万人<sup>1</sup>が居住する。2022年のGDPは1兆483億カナダドル<sup>2</sup>（約115兆3,130億円<sup>3</sup>、Cドル、1Cドル=約110円）と、人口・GDPともにカナダの約4割を占める。州都のトロントは、国際的な金融ハブとして多くの企業が本社を構えるとともに、製造業やサービス業も盛んだ。州人口は年率3.4%で増加<sup>4</sup>するなか、その3割は移民で形成<sup>5</sup>され、多様性に富んだ文化が根付く。多岐にわたる経済活動に加え、人口増を背景に酒類の消費も堅調だ。

カナダでは酒類の輸入・販売は各州の専売公社が一元管理しており、オンタリオ州では、オンタリオ州酒類管理委員会（以下LCBO）がその役割を担う。LCBOの年次報告書によると、2022年4月～2023年3月（以下LCBO2023会計年度）のオンタリオ州での酒類の販売総額は、図1のとおり102億Cドル、販売量は約11.7億リットルに達した<sup>6</sup>。販売額

図1 オンタリオ州における酒類販売額推移



出所：LCBO年次報告書よりジェトロ作成

の内訳は、ビール38億Cドル（シェア38.6%）を筆頭に、ワイン29億Cドル（28.4%）、スピリッツ<sup>7</sup>28億Cドル（27.2%）、クーラー<sup>8</sup>7億Cドル（6.8%）と並ぶ。2014年度からの10年間で販売額は約1.4倍に増え、それを牽引したのはスピリッツだ。また、クーラーも、糖分やアルコール度数の低い

新分野商品としてシェアを伸ばした。

日本産酒類はLCBOの年次報告書で特筆されていないが、オンタリオ州での日本食の広がりとともに人気が高まっている。同州では、2010年代の居酒屋・ラーメンブームを経て

<sup>1</sup> [カナダ統計局 2023年第4四半期推計](#)

<sup>2</sup> [カナダ統計局 2022年州・準州別GDP](#)

<sup>3</sup> 参考までに比較すると、2020年度の東京都のGDPは約109兆6,016億円となっている（[「県民経済計算（平成23年度 - 令和2年度）」](#)、内閣府）。

<sup>4</sup> [オンタリオ州政府 オンタリオ人口統計季報 第3四半期ハイライト](#)

<sup>5</sup> [カナダ統計局 2021年国勢調査](#)

<sup>6</sup> 参考までに比較すると、日本では2021年、人口1億2,550万人に対し酒類課税数量は79.9億リットルだった（[「酒のしおり」2023年6月、国税庁](#)）。同時期の値ではないため単純比較にはならないものの、オンタリオ州は人口が日本の約8分の1ながら、酒類の販売量は約7分の1という計算だ。

<sup>7</sup> 輸入統計品目表で、蒸留酒、リキュールその他のアルコール飲料とされるもののこと。

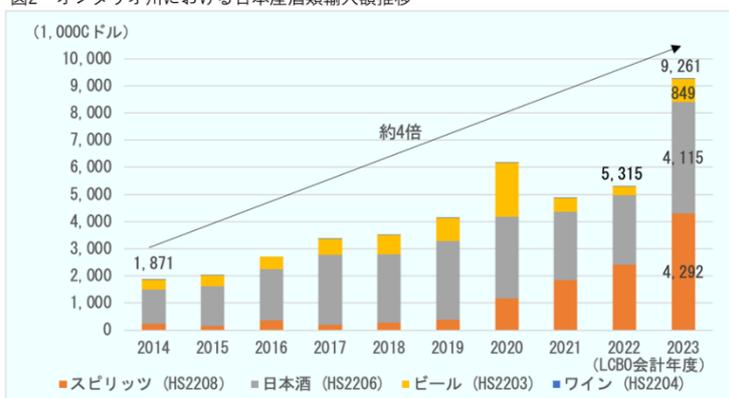
<sup>8</sup> ワインクーラーと、スピリッツクーラーの総称。ワインクーラーとは、ワインまたはワインを含む飲料で、アルコール度数が7%以下のものを指す。スピリッツクーラーとは、蒸留により得られる、0.5%以上14.8%以下のアルコールを含有する飲料のこと。

高級日本食店が相次いで開店する一方、牛丼やカレーなどの B 級グルメも浸透した。2022 年に初めて発表されたミシュランガイド・トロント版では、星付きレストラン 13 軒のうち 5 軒が日本料理店であった<sup>9</sup>ことから、日本食が高評価を得ていることは明らかだ。また、2012 年に初開催した日本酒啓蒙イベント「カンパイ・トロント」は、集客を増やし 2023 年には開催 11 回目を迎えた。こうした多様なレストランやイベントの展開で、日本産酒類のファンが増えていることが推測される。

## 2. カナダ・オンタリオ州における日本産酒類の輸入状況、販売銘柄と価格帯

次に、日本産酒類の輸入について概説する。カナダ統計局によると、LCBO2023 会計年度と同時期のオンタリオ州における日本産酒類の輸入総額は、図 2 のとおり前年度に比べ 74.2%増の 926 万 C ドルで、過去 10 年で約 4 倍に増えた。スピリッツがシェア 46.3%と

図2 オンタリオ州における日本産酒類輸入額推移



出所：カナダ統計局よりジェトロ作成

最大となり、前年度に比べて 78.2%増の 429 万 C ドルとなった。また、日本酒も前年度比 60.0%増の 412 万 C ドルを記録し、シェアは 44.4%となった。

LCBO は製造業者からの買取価格 (= 輸入価格) に対する小売価格計算例を公開しており、日本産酒類輸入総額の

小売価格をベースとした総額が概算で試算可能だ<sup>10</sup>。これによると、輸入価格に対して小売価格はスピリッツが約 4.6 倍、日本酒やワインが約 2.7 倍、ビールが約 2.3 倍で、日本産酒類の輸入総額 926 万 C ドルに対する小売価格ベースの販売総額は約 3,259 万 C ドルと試算される。つまり、2023 会計年度のオンタリオ州での酒類販売総額 102 億 C ドルに対する日本産酒類のシェアは 0.32%となる。低い数値だが、2014 会計年度の販売総額 75 億 C ドルに対する同シェアが 0.07%に過ぎなかったことを考慮すれば、日本産酒類はオンタリオ州で拡大しているといえる。

表1 LCBOにおける日本産商品の分類

種類	商品数	小売価格帯 (Cドル)	アルコール度数(%)	容量(ml)
スピリッツ				
ウイスキー	37	37-4,197	14.0-51.4	500-750
焼酎	4	16-49	25.0	300-900
リキュール (梅酒)	3	32-38	14.0-23.6	700
ジン	1	50	43.0	750
ワイン				
日本酒 (焼酎 4 種含む)	184	5-231	6.0-25.4	180-1800
フルーツワイン	5	14-69	8.0-15.0	300-2000
ビール	1	4		500
合計	235	-	-	-

出所：LCBOウェブサイト (2024年2月時点) を基にジェトロ作成

この他、州内で販売されている日本産酒類 235 銘柄の商品分類を表 1 で示す<sup>11</sup>。

<sup>9</sup> ジェトロ 農林水産物・食品 国別マーケティング基礎情報 カナダ

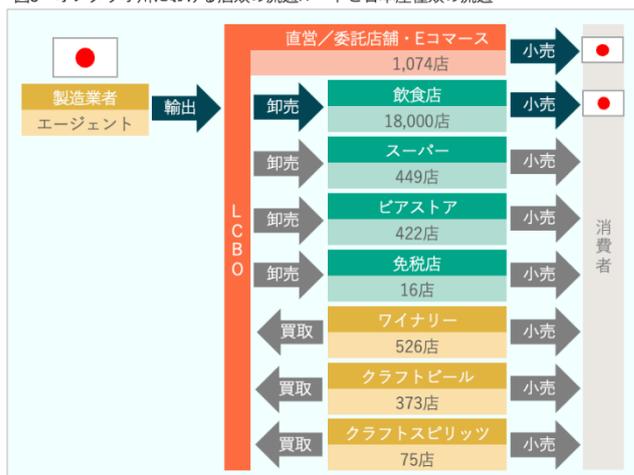
<sup>10</sup> 買取価格に対する小売価格の割合は、商品容量などによっても変動するため数値の正確性には欠けるものの、どの程度の日本産酒類が販売されているのかを確認するため、概算として試算を行った。

<sup>11</sup> 州内での販売銘柄には、LCBO がウェブサイトに掲載している商品以外でも、レストランや一般消費者などによる

スピリッツ 45 銘柄のうち、37 銘柄はウイスキーが占め、価格帯も 37～4,197C ドルと広範だ。また、ワインカテゴリーとして日本酒、果汁入り日本酒が分類され、合計 189 銘柄、価格帯は 5～231C ドルとなっている<sup>12</sup>。なお、焼酎 8 銘柄はスピリッツおよびワインの双方に分類されている。また、ビールは 1 銘柄、価格帯は 4C ドルだった。各銘柄は表内のリンクで確認できる。

### 3. カナダ・オンタリオ州における日本産酒類の主な流通経路（輸入／国内生産からエンドユーザーまで）

図3 オンタリオ州における酒類の流通ルートと日本産種類の流通



出所：LCBOのデータを基にジェトロ作成

以下では、日本産酒類の流通についてまとめる。LCBOによると、オンタリオ州での酒類の流通経路は図3のとおりだ。日本の製造業者は、オンタリオ州で唯一酒類の輸入が認められているLCBOを輸入者として輸出を行う。ただし、製造業者は直接LCBOとは交渉するのではなく、自社の利益を代弁する在オンタリオ州の「エージェンツ<sup>13</sup>」と呼ばれる仲介業者を選ぶことになっている。

LCBOは、入札<sup>14</sup>、受託在庫<sup>15</sup>、個別発注<sup>16</sup>の3方式で商品を調達しており、各エージェンツは、製造業者の代理としてLCBOへ入札での商品提案を行うほか、受託在庫や個別発注を通じて、飲食店の注文を取りまとめる役割を果たす。

日本産酒類がLCBOへ輸出されると、商品は、図中右端の日の丸で示した2経路で流通する。一つ目はLCBOの直販だ。LCBOは酒類を輸入後、自社の直営/委託店舗1,074店

LCBOへの個別発注分があるが、当該情報は公開されていないためここには含めない。図2の輸入統計には日本産ワインも含まれるが、ウェブサイトへの掲載商品として検索できないのは、この個別発注によるものとみられる。

<sup>12</sup> LCBOのウェブサイトでは日本酒のカテゴリーに焼酎4種類が含まれているため、アルコール度数も焼酎のものが含まれている。

<sup>13</sup> 「エージェンツ」は、オンタリオ州の日本酒エージェンツ任意団体 [Sake Institute of Ontario](http://www.sakeinstituteofontario.com) や、同州の酒類エージェンツ任意団体 [Drinks Ontario](http://www.drinksontario.com) の企業一覧などで確認可能。

<sup>14</sup> LCBOは「一般商材」「ビンテージズ」「デスティネーション・コレクション」の3種類の入札機会を設けており、詳細は [LCBO ウェブサイト](http://www.lcbo.com) で確認可能。

<sup>15</sup> LCBOがエージェンツ（日本の製造業者）から在庫を一定量受託し、定められた期間内に販売を完了することを目標として販売を行い、目標未達の場合には、エージェンツ（日本の製造業者）が割引販売に同意した上で、販売を行う方式。受託に際してLCBOへの各種費用支払いが発生する。詳細は [LCBO ウェブサイト](http://www.lcbo.com) で確認可能。

<sup>16</sup> エージェンツがレストランや顧客から特定商品への注文を取り付けたうえで、LCBOに当該商品を発注する方式。詳細は [LCBO ウェブサイト](http://www.lcbo.com) で確認可能。

や [E コマースサイト](#) を通じて消費者へ直接販売する。LCBO の販売総額の約 8 割は、この流通形態による。

二つ目は、同州で酒類を提供する飲食店を介した流通で、LCBO が輸入した商品を飲食店へ卸売し、各飲食店が消費者へ販売する。総数は 1 万 8,000 店にのぼり、LCBO の販売総額の約 8% を占める。

なお、本稿執筆時点で、図 3 の他の流通経路での日本産酒類販売は確認されていない。また、「ワイナリー、クラフトビール、クラフトスピリッツ」は在オンタリオ州メーカーの直販を指すため、日本産酒類の販路とはならない。

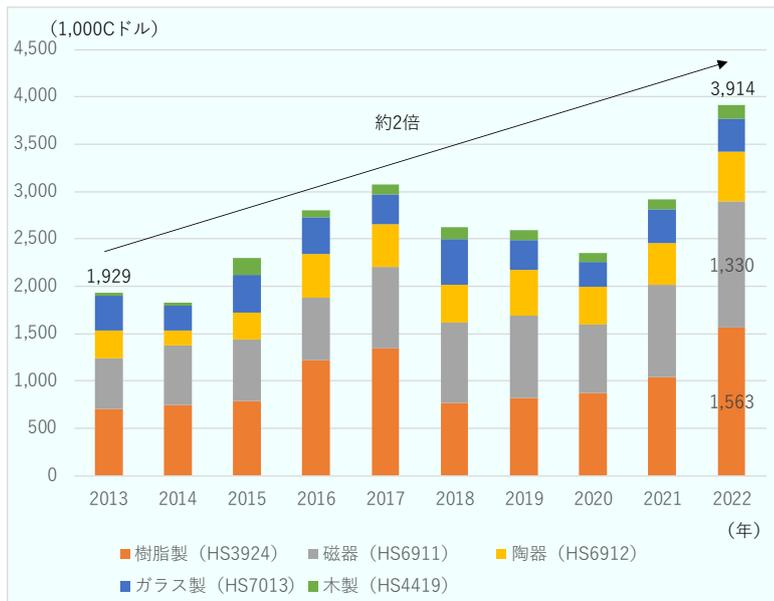
#### 4. カナダ・オンタリオ州における酒器関連製品（陶器など）の輸入・市場動向

これまで酒類の動向をまとめたが、以下では酒器関連製品について触れる。

カナダ統計局によると、2022 年の全世界からオンタリオ州への酒器を含む陶磁器・ガラス・樹脂・木製テーブル用品の輸入総額は 12 億 C ドルだった<sup>17</sup>。2013 年からの 10 年間で約 1.5 倍に増加し、輸入国別では中国からが約 4 割を占めた。

日本からの輸入はシェアで 0.33%、391 万 C ドルに過ぎないが、図 4 のとおり、2013 年からの 10 年間で約 2 倍と、世界からの輸入の伸びを上回った。特に 2020 年以降、樹脂製や磁器の輸入が増えた。この一因として、新型コロナウイルスでの巣ごもり需要や、2019 年発表・2022 年末施行の「使い捨てプラスチック禁止規制」<sup>18</sup>による飲食業界での一時需要が考えられる。同規制では、再生可能樹脂使用などの場合を除き、外食用使い捨て容器などの輸入が禁止となった。これに伴って代替品を調達する必要が生じ、関連品の輸入が増加した可能性がある。

図4 オンタリオ州への酒器を含む陶磁器・ガラス・樹脂・木製テーブル用品の日本からの輸入額



出所：カナダ統計局よりジェトロ作成

他方、酒器に限って市場に目を向けると、オンタリオ州での食器販売が確認できた実店舗のある企業 22 社のうち、11 社での取り扱いが確認され、その多くはアジア系厨房用品卸売業者だった。また、E コマースでは、カナダや米国、日本など各国からのカナダ市場に向けた販売が確認された。

<sup>17</sup> オンタリオ州の州別輸入額実績は、同州で通関が行われた輸入の総額を指す。これには、船便で日本から商品を輸入し、ブリティッシュ・コロンビア (BC) 州の港に商品到着後、保税のままオンタリオ州の保税倉庫へ移送され、通関を行った商品の輸入額も含む。ただし、例えば、輸入者が商品を BC 州で通関後オンタリオ州へ配送する場合など、通関後の商品流通の実績は含まれない。

<sup>18</sup> [ジェトロ ビジネス短信 2022 年 12 月 23 日](#)

## 5. カナダ・オンタリオ州を中心とした酒類や酒器の市場トレンド

これまで見てきたように、オンタリオ州での日本産酒類や酒器の人気は高まっている。2020年以降の輸入の急増は、巣ごもり需要のような一過性の可能性もあるが、長期的なトレンドについて消費者傾向を整理すると、以下の3点に集約される。

(1) 多様な消費者の嗜好と伝統文化に対する敬意：オンタリオ州には幅広い嗜好を持つ多文化的な人々が暮らしており、市場のさまざまなセグメントに対応するユニークな製品を提供すれば、それに応える消費者が存在する。特に日本文化や日本料理への評価は高まっており、日本酒やウィスキーなどの伝統的な酒類は、本格的な日本の味や職人技に興味を持つ層で人気を博し、酒器もそれに付随するかたちで関心の対象となった。

(2) 付加価値重視の消費：消費者の目が肥えてきており、高品質で職人技が光る商品に割高な対価を支払うことを厭わなくなっている。日本の酒類や酒器メーカーは、伝統に裏打ちされた製造技術を商品の背景情報として消費者へ伝えることで、市場で際立ったプレミアム製品が提供可能になる。

(3) Eコマースの成長：Eコマース・プラットフォームの拡大により、消費者は居住地の制約を受けず幅広い商品の入手が可能になり、日本産品にアクセスしやすい環境が整った。日本産酒類はこれまで特定の店舗でしか販売されていなかったが、LCBOのEコマースが充実し、州内のどこにいても日本産酒類が購入可能となった。また、カナダへ商品発送する海外Eコマースが拡大する中、酒器の入手も容易になった。

このように、オンタリオ州での日本産酒類や酒器の需要は多文化的な消費者に由来し、商品を届ける手段としてEコマースも拡大していることから、人口増も相まって今後も市場拡大が期待される。

レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20230042>



本レポートに関するお問い合わせ先：  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
調査部 米州課  
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32  
TEL：03-3582-5545  
E-mail：ORB@jetro.go.jp