

国・地域名

カナダ

<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：1億2,563万人 (2020年1月推計値、「人口推移」総務省統計局) ●実質GDP成長率：-4.6% (2020年度、内閣府) ●1人あたりGDP(名目):4万146ドル (2020年4月、IMF) 	<ul style="list-style-type: none"> ・人口 3,805 万人 ・実質GDP成長率 -5.4 % ・1人あたりのGDP (名目) 61,473 カナダドル ・為替レート(1CAD) 81.29 円 ・日本の直接投資額 210 億ドル ・進出日系企業数 399 社 ・在留邦人 70,937 人 ・訪日外客数 53,365 人 ・日本食レストラン数 2,576 店 	<p>2021年1月1日時点推計値、カナダ統計局</p> <p>2020年、カナダ統計局</p> <p>2019年、カナダ・グローバル連携省</p> <p>三菱UFJリサーチ&コンサルティング為替相場 2020年間平均 (TTS)</p> <p>2019年末時点、残高、財務省</p> <p>2020年12月時点、日系企業調査回答企業、東洋経済、FDI Markets、ThomsonOneデータよりジェトロ・トロント事務所で集計</p> <p>外務省「海外在留邦人数調査統計」令和3年版</p> <p>2020年、日本政府観光局 (JNTO)</p> <p>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>
<p>日本からの農林水産物輸出状況 (2020年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省)</p>	<p>13位 109億円 うち農産物86億円(78.8%)、林産物0億円(0.3%)、水産物23億円(20.9%)</p> <p>輸出額の多い品目： アルコール飲料、ソース混合調味料、ごま油、緑茶、ゼラチン</p>	
<p>味覚、嗜好上の特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング企業各社が行う2021年のカナダの食トレンド予測で共通してみられたのは以下の3点。 <ul style="list-style-type: none"> ①家庭の食卓の復活：消費者は、2020年に引き続き家庭で多くの食事を連続して準備するという単調作業を明るく盛り上げようとする。食用ラメ入りのメープルシロップ、スティック状のホットチョコレートなど食べる（イート）と娯楽（エンターテインメント）を融合させた造語「イーターテインメント」にまつわる商品が流行する。 ②レストラン体験を家庭へ：レストラン品質の調味料、料理用ソース、カクテルミックスなど、消費者がレストランでの体験を家庭で再現可能な商品が増える。 ③社会的な価値観に基づく購買：サステナビリティを重視したブランド、倫理的な労働慣行を持つ企業など、自分の価値観に基づいて食品を選択・購入する消費者が増える。 	
<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> 牛肉は、カナダ食品検査庁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について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 ・ 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"> ・ 多文化主義を取り、2018年においては人口増加の8割を移民が占めるカナダであるが、アジア系・中東系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。 ・ 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。 	
<p>Eコマースの概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当地の郵便局にあたるカナダポスト発行の「2020年カナダEコマース市場報告書」によれば、カナダのEコマース市場規模は2019年時点で650億カナダドルで、2023年までに1080億カナダドルに拡大する見込み。また、同報告書によると、カナダのオンライン販売利用者のうち、72%はアマゾン、9%はEbay、7%はウォルマートのオンライン販売を利用している。 ・ 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のうえでは、食品の「個人輸入」は旅行などに伴う携行品のみ認められており、クーリエによる食品の個人輸入は認められていないため、注意されたい。 	
<p>外食・小売等の状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染拡大に伴って、外食産業では店内営業が規制されテイクアウトやデリバリーのみ可能となる地域が増えた2020年に続き、2021年上半期も同様の傾向が続いた。これに伴い、外食産業では以下の変化が起きている。①食事とカクテルキットの配達等、家庭でレストラン体験を味わえる体制の整備とフードデリバリーサービスの増加。②QRコード等を使ったメニュー確認や非接触型発注・支払いシステムの採用。③配達専門のキッチン設備のみで展開する「ゴーストキッチン」の増加。なお、カナダ統計局によれば2021年5月時点の外食産業の売上は49億カナダドルと新型コロナ禍前の2020年2月時点の76%の水準にまで回復している。さらに、小売はオンライン販売の拡大が著しく、スーパーマーケット大手3社のオンライン販売額は、最大手のロブローが前年比178%増、ソービーズが同241%増、メトロは前年比約3倍を達成した。 	
<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り、中食販売店舗も開店した。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。 	