

## ●農林水産業振興～製品の市場進出と今後の見込み

団員 角田 敏郎

バンクーバー市 (City of Vancouver) は、カナダブリティッシュコロンビア州南西部のメトロバンクーバーに属する都市。同州最大にして北米有数の世界都市で、人口は72万人、都市圏人口は264万人(2021年)にも上りカナダ第3位の大都市圏を形成している。自然環境と都市文化のバランスのいい発展を背景に世界各国、特にアジア系移民が多い。中でも中国系移民はバンクーバー市の人口の約27%を占め北米有数の中華街が形成されるほどである。

こうした背景からメトロバンクーバーのスーパーマーケットを視察し、農水産物の現状を調査し、今後の見込み等について考察した。

地下鉄でランズダウン (Lansdowne) の中国系、日本系、カナダ系(近年中国資本が入った)3つのスーパーマーケットを訪れた。



(中国系のスーパーマーケット)

最初に訪れた中国系スーパーでは、「愛媛」や「春美」の商標がついた柑橘類を見て喜んだが、実は中国産品という現実には驚いた。実食してみてさらにびっくり。正直、まずい。

価格は、「愛媛」と表記した柑橘 (Chinese navel orange) が22.88\$ (約2500円) / 4.5Kg と安価だ。



(「愛媛」と表記した柑橘)



(中国産 紅美人)

「紅美人」(Red Beauty)の商標で中国産マンダリン(Mandarin)も販売されていた。愛媛の紅マドンナを思わせる商標だ。個包装には「愛媛28号」と標記されている。

カナダの人々に、これらを愛媛産品と誤ってほしくない。極めて迷惑な話だ。しかし、「真似をされるほど、愛媛産品はブランド力がある。」ということの証である。愛媛の誇りである。因みに本物の「紅まどんな」は、148.88\$ (約16,000円/L玉14個)で販売されたそうだ。

さらに、韓国産シャインマスカット38.88\$ (約4200円)など日本で年月をかけ、苦勞して作ったいい商品が流出しているのは聞いていたが、現状を目の当たりにし、たいへん残念に思った。これも、美味しくなかった。



次に訪れた日本系スーパーマーケットでは、「ほっ」としたというのが感想。但し、日本と比べると価格は高い。物価高でも日本は海外に遅れをとっている。それもそのはず、2024年2月の平均給与は、94,674\$ (約1,022万円/出典



(IZUMIYA)

<https://www.averagesalarysurvey.com/ja/salary/canada>)と日本の約2倍。

品揃えや物量は、日系人を主な対象としているのか、他の2店舗に比べて小規模だが、日本製品を安心して買い物ができる。

他店では見かけなかった中粒米(日本米)、オタフクソースやキッコーマン醤油などの調味料、日本産果物、野菜、カルピスやヤクルトなどの飲料品などな

ど、日本のスーパーに来ているようだ。



(日本産のりんご)

日本産のリンゴは、包装が丁寧で大きさもそろっているが、現地の人は気にしないようだ。とは言え、輸送費をかけて送るのだから、量よりも質を重視するのは当然である。高くても買ってもらえる品物であることが重要だと考える。

最後のカナダ系スーパーは、現地人の客が多い。中国産、韓国産の農産物も一部見かけるが、日本のスーパーのように多様な国から輸入された品物が並ぶが、大きさや傷など外観は管理されておらず、消費者も気にしないとのこと。「食べたら同じ。畑で腐らせるのはもったいない。」



SDGs を唱えるのであれば、日本の消費者、生産者、販売者など、関係者で考えた方がいいかもしれない。



余談だが、北海道のホタテ（冷凍）を見つけた。中国の禁輸を受けてカナダが引き受けてくれたのかと、喜んだのも一瞬。「Product of China」のラベル。禁輸前に中国へ輸出したものが中国の商社によって輸入されたものだとわかった。



(所見)

1. カナダの果物と野菜の市場規模は、2024年に137億米ドルと推定さ

れ、2029年までに158億9,000万米ドルに達すると予測されている。

(3.01%の年平均成長率)理由は以下の通り。

- ①人口の増加。これは移民の増加によるもの。
- ②気候条件のために、自国の果物や野菜の生産量は減少している。
- ③国民の健康志向が高まり、健康的な生鮮食品の需要が高まり、野菜や果物の市場が拡大している。

(出典 <https://www.mordorintelligence.com/ja/industry-reports/canada-fruits-and-vegetables-market>)

今回の調査では、松山産品を見つけることはできなかったが、今後カナダの農産物輸入は、拡大の可能性が大きい。さらに、カナダの消費者の健康志向が高い中、美味しく安全な松山ブランドの農水産物は、おいに期待できると考える。

これまでもカナダRCショー（見本市）など取組みはされているが、よりいっそう取組まれ、販路拡大、農家の収益向上に努められたい。

2. シャインマスカット「ぶどう農林21号」は、広島県東広島市安芸津町にある農研機構のブドウ研究拠点において、1973年から開発が始まり2006年3月9日に登録番号「第13891号」として品種登録（有効期限30年）されたが、海外での品種登録を行わなかった。手をこまぬいているうち、登録期限の12年を過ぎ、産地化が進む中国から取れるはずだった年間100億円とも試算されるライセンス料や韓国などからのロイヤルティー（使用料）を徴収する権利も失った。日本国外では日本の許可などを要さず合法に栽培できる。

各国における国内登録出願数（2021年）をみると日本は530件程度であるが、中国は10,539件と群を抜いている。

新品種の開発には、時間・労力・費用がかかる。種苗法等により権利を守るとともに安易に新品種が流出しないよう制度や方策が必要。