

# 海外マーケットの現状 ～LAにおける日常生活と米～

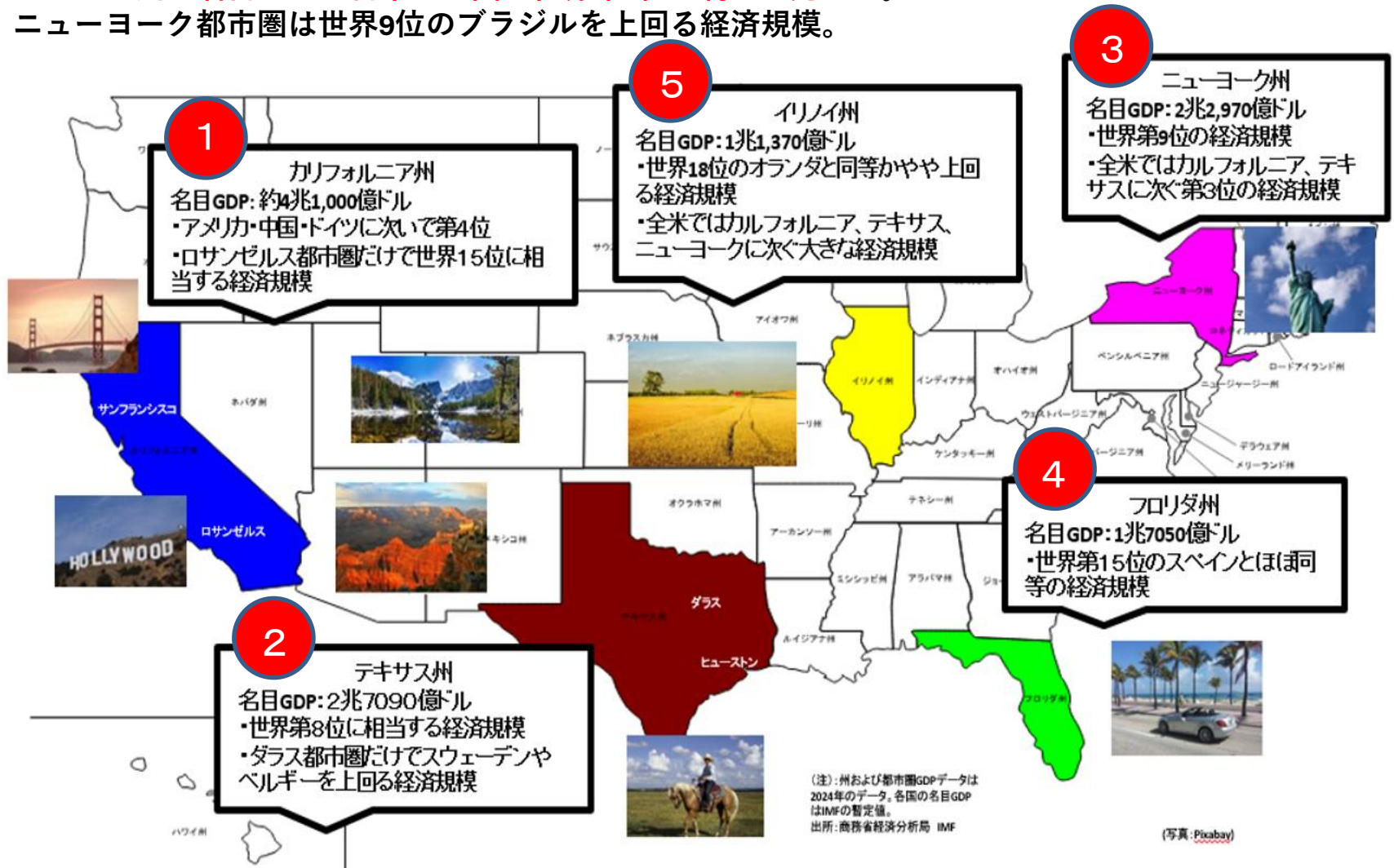
---

2026年2月

JETRO Los Angeles

# 【北米】基礎データ

米国の名目GDP（2024年）は、日本（約4.03兆ドル）の7倍以上に相当する約30.6兆ドルで世界最大となっており、一人あたりGDPは約89,105ドルで世界7位の経済規模。日本約33,950ドル（世界30位）の2.6倍以上。  
 カリフォルニア州の名目GDPは日本を上回る世界第4位の約4.10兆ドル。  
 また、ニューヨーク都市圏は世界9位のブラジルを上回る経済規模。

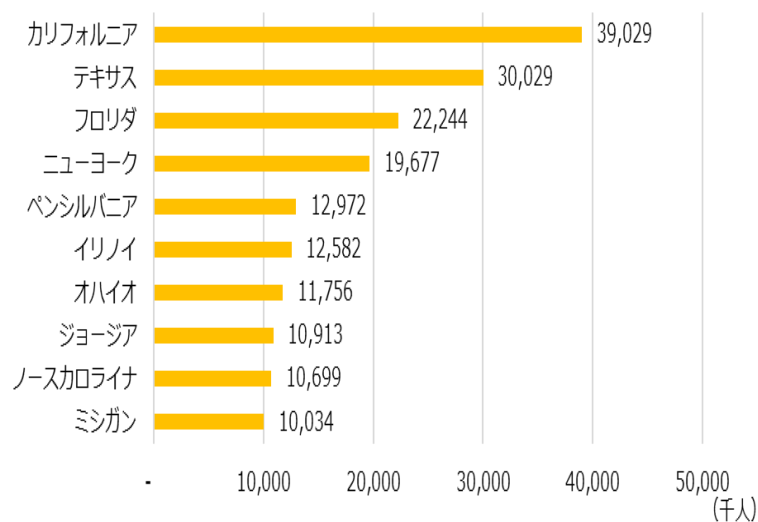


# 【北米】基礎データ

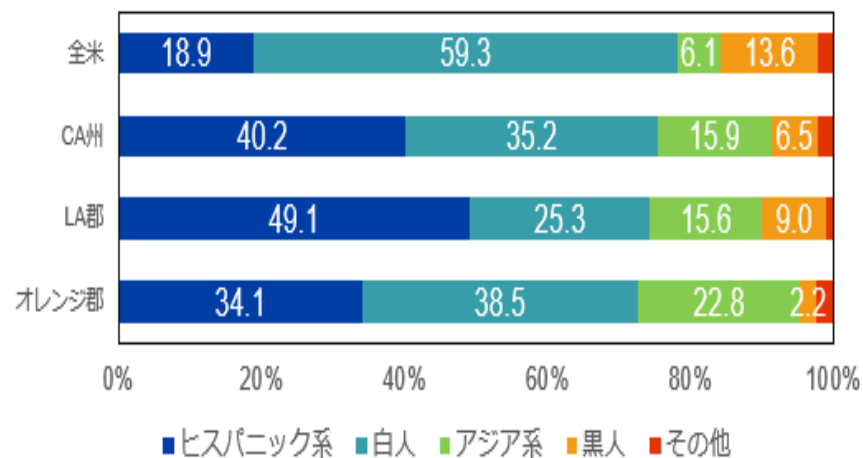
米国の人口は**3億3,329万人**（2022年）で日本のおよそ3倍の規模。

人種は欧州系（白人）が過半数を占める。しかし**地域によって人種構成は大きく異なる**。米中西部では欧州系の割合が高く、西海岸やテキサス州、フロリダ州などではヒスパニック系の割合が高い。

## 主要州の人口（2022年）



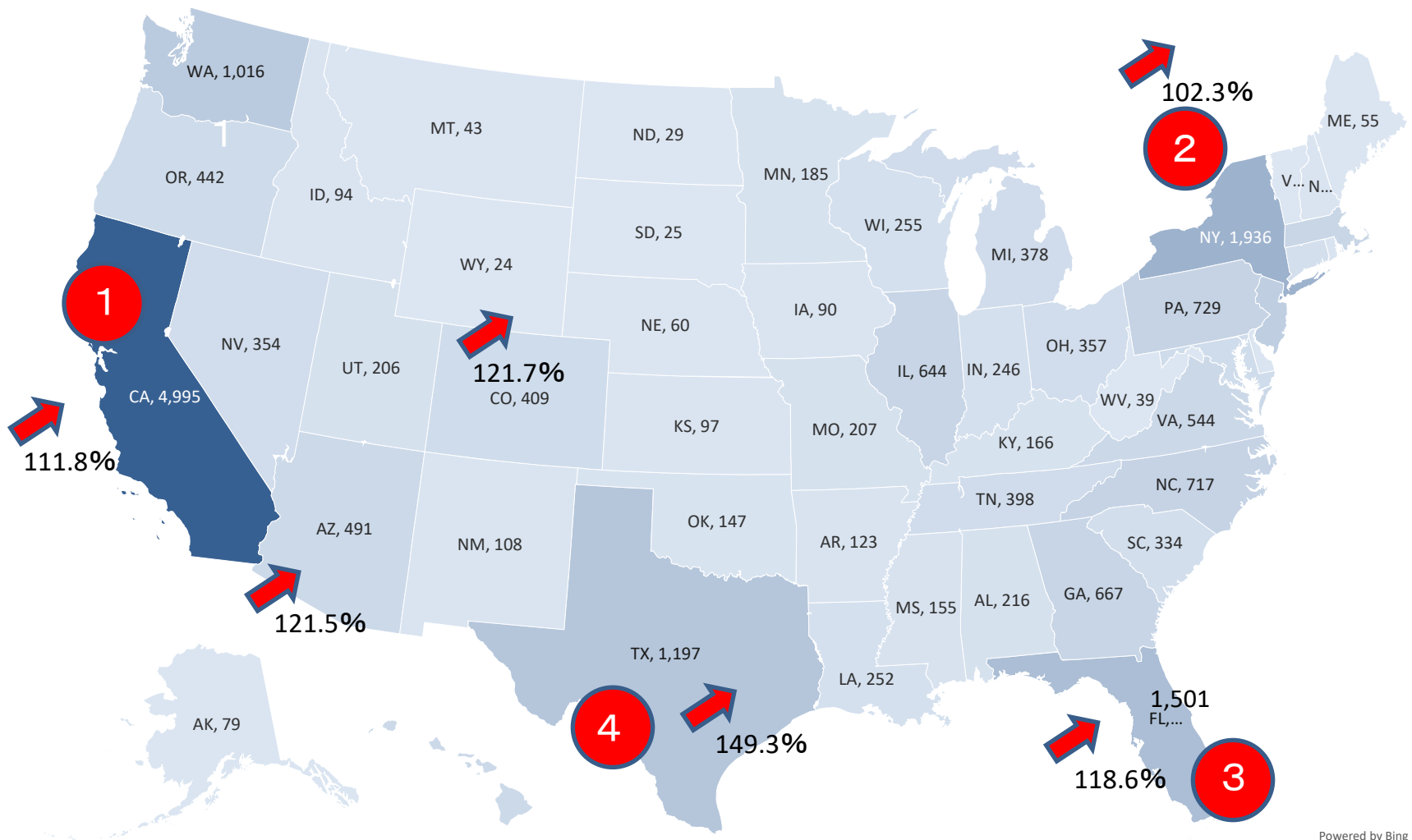
## 人種構成（2022年）



〔出所〕 The U.S. Census Bureau

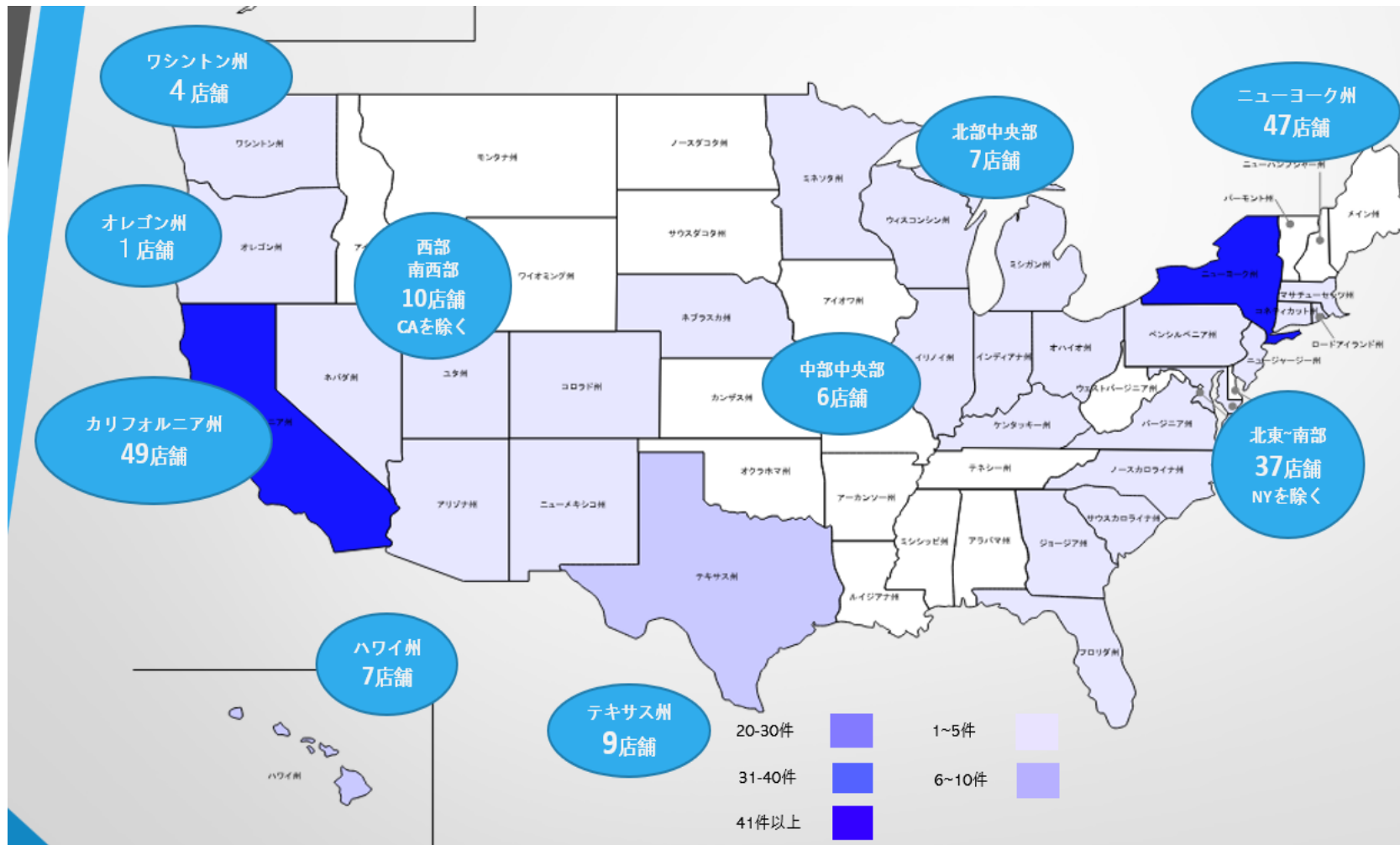
# 【北米】食品市場（日本食レストラン）

- 全米の**日本食レストランは2万3,064軒** ※2022年12月時点
- 西海岸、東海岸に集積する一方、**テキサス、アリゾナ等の内陸部が伸長。**



# 【北米】食品市場（日系スーパー）

- ・ **全米の日系スーパーは177店舗（2024年6月）。**
- ・ **西海岸・東海岸に集中しており、内陸部は空白地帯もある。**

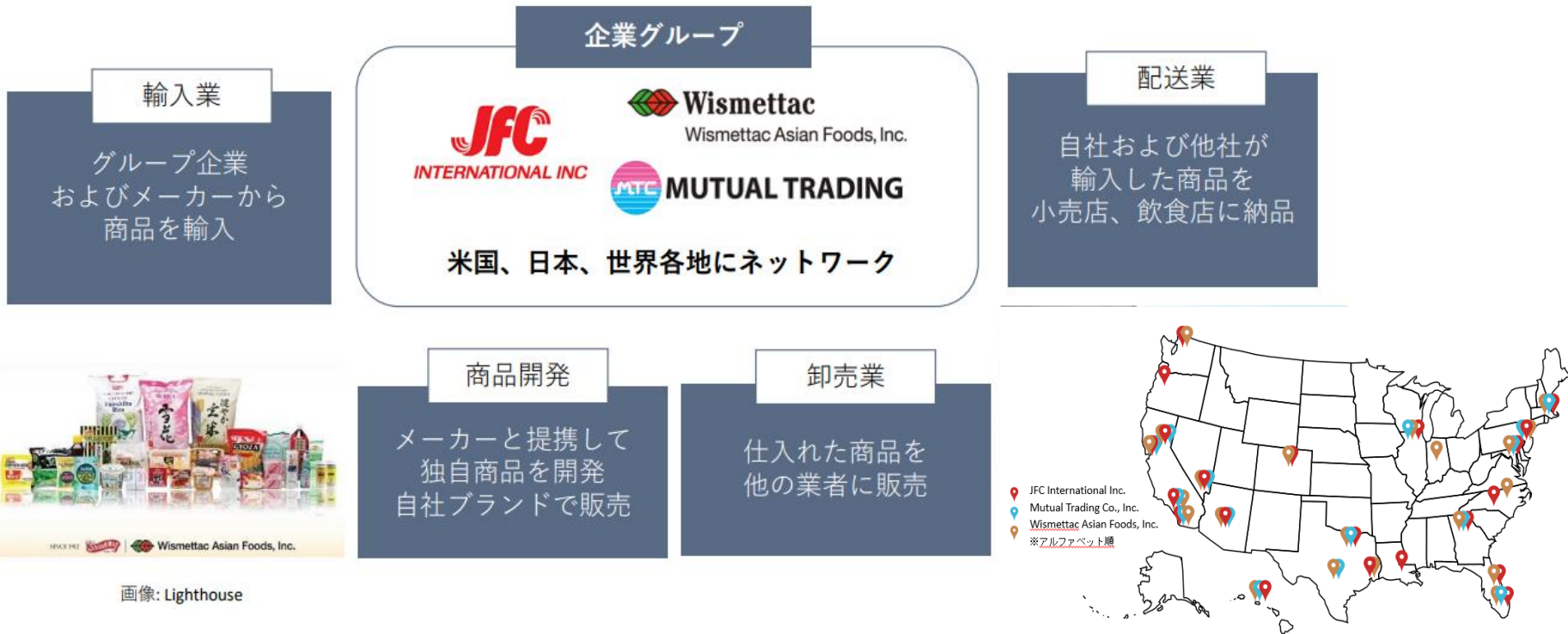


# 【北米】商流・物流（日系ディストリビューター）

- ・ 米国における大手日系食品商社は、西海岸・東海岸を中心に展開。
- ・ アジアからの物流拠点であるロサンゼルスに本社機能を設置。

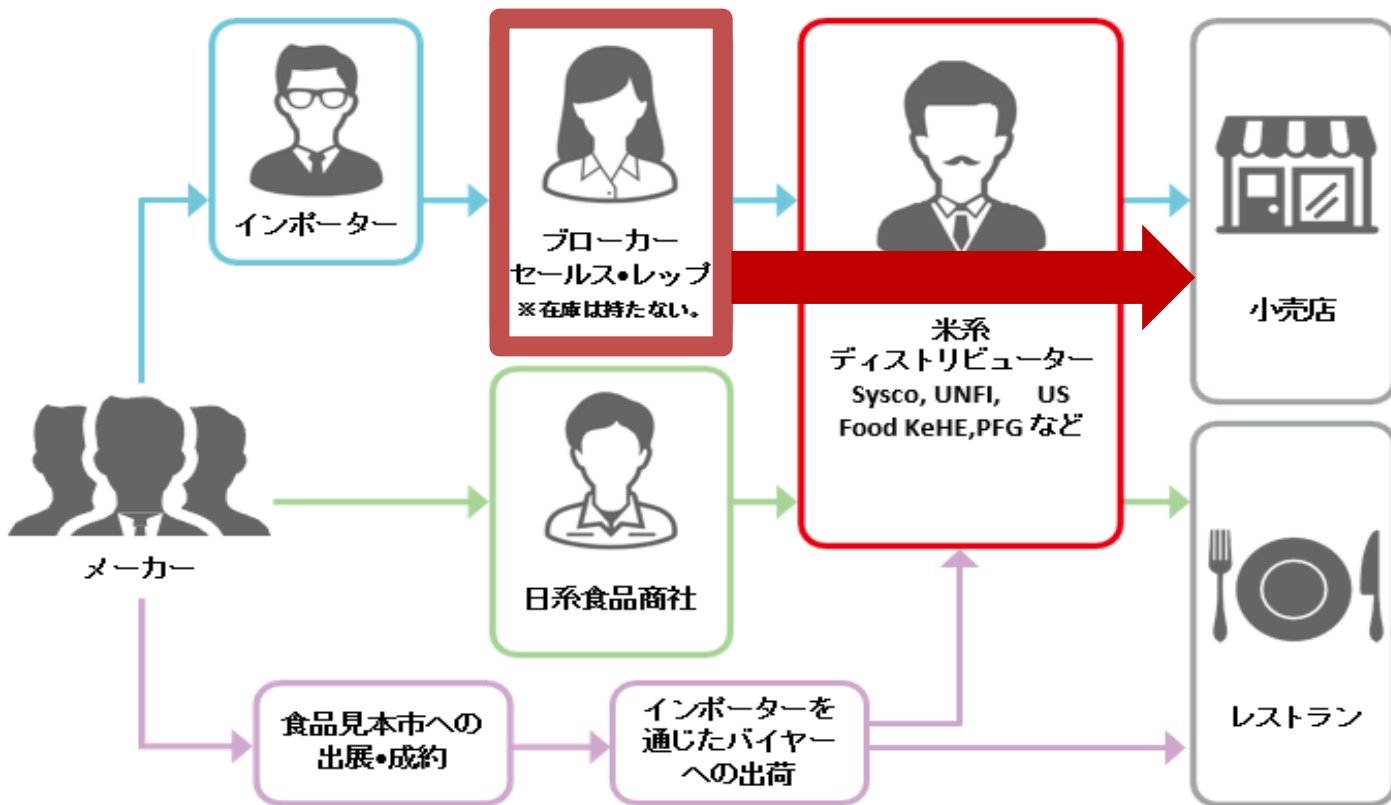
## 日系業者の特徴

3大企業グループが流通の中心にあり、複数の役割を担っている。



# 【北米】商流・物流（米系グローサリー）

- ・大手米系グローサリーは、**ブローカーを通じて商品選定・購買決定**するケースが多い。
- ・また、米系ディストリビューターは、日本から直輸入するのではなく、**米国内での取引を希望**するケースが多い。



# 【北米】商流・物流（小売市場）

- ・ 米国の食料品店は約30万店舗超（Xmap AI）
- ・ 比較的ハードルが低い日系スーパーからスタートとし、アジア系、米系スーパーを目指すケースが多い。

日系

>>>>>

アジア系

>>>>>

米系



MarukaiなどPPIH系（14）  
Mitsuwa（12）  
Nijiya Market（12）  
Seiwa Market(3) など



H-Mart（約100）  
99 Ranch（約60）など



Whole Foods（約500）  
Erewhon Market（約10）  
Trader Joe's（約600）など

写真：全て筆者撮影

# 米国の米市場の現状

## ① 市場規模

2025年時点で67.6億ドル、2030年には76.9億ドルへ成長見込み。

→ 国内消費は堅調、ヒスパニック系人口増加やアジア料理・寿司人気により輸入は構造的に拡大傾向。

## ② 市場の特徴

### ■ 長粒 (Long-grain)

主産地は南部（アーカンソー、ミシシッピ、ミズーリ、テキサス、ルイジアナ）。全生産の約70%を占める。

### ■ 中粒・短粒 (Medium/Short grain)

カリフォルニア産が大半。**寿司・和食・アジア料理市場でのシェアが圧倒的。西海岸・外食で強い需要。**

## ③ 市場のトレンド

(1) 香り米（ジャスミン米／バスマティ米）人気が上昇

アジア系人口拡大・エスニック料理浸透により、輸入香り米が伸長。

→ LAも含め、現地系小売店では、カリフォルニア産中粒米、長粒米、香り米（タイ・インド産）が商品棚の大半を占め、日本産短粒は少数派（※P16写真も参照）。

区分	2023年 (kg)	2024年 (kg)	伸び率
コア香り米 (タイ+インド+パキスタン)	1,080,165,500	1,191,121,800	+10.3%
日本米	7,207,100	9,340,710	+29.6%
総輸入 (全ての米)	1,338,200,000	1,437,180,000	+7.4%

United States Rice imports by country (World Bank) をもとに作成

(2) カリフォルニアの中短粒米の市場は堅調

寿司・和食用途での安定的な需要。

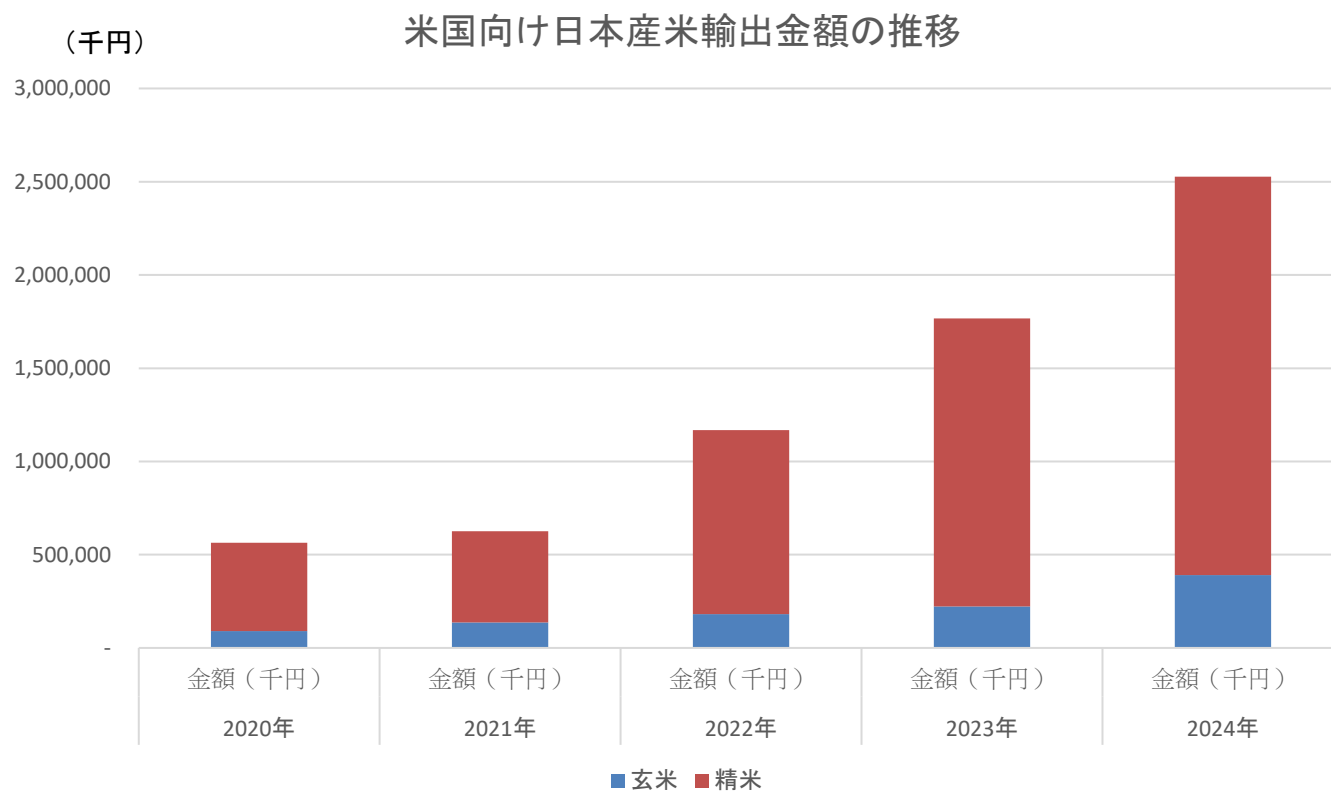
→ ただし、日本産米の流通は、日系／アジア系小売店に限定されており、現地系ではほぼ見られない状況。（現地系小売店はカリフォルニア産（Calrose等の中粒・短粒）が圧倒的に強い。）

- 日本産米の輸入量は香り米に比べて小さいものの伸び率では大きく上回っており（※上表参照）、**ニッチではあるが確実に需要は拡大している**と言える。
- 一方で、競合となる**カリフォルニア産中短粒米とは差別化を図った訴求・展開方法を検討する必要がある。**

# 日本産米の米国向け輸出状況

2024年、**米国向け日本産米輸出**は、前年を大きく上回り、**玄米約3.9億円**、**精米約21億円**となり、前年を大きく上回った。

2025年は、関税の影響を受けながらも、前年を上回る見込み。



(参考) 財務省貿易統計をもとに作成

# プロモーションの取り組み①

## 日本産米を活用した冷凍弁当の開発

- 実施日 2023年 11月～2024年3月
- 会場 米国カリフォルニア州、ネバダ州、アリゾナ州、ジョージア州など
- PRLした水産物 北海道産ホタテなど
- 提供数 約1,000食

### 実施概要

当地レストランでは、**人手不足により新たなメニュー開発ができずにいる**。こうした背景を受け、当地日系食品メーカーと連携し、**日本産ホタテや日本産米を活用した冷凍加工食品をメニュー開発**した。日本産ホタテを活用した串商品やシーフードカレー、コロッケなどを開発し、試食会 & 商談会を実施した。また、食品見本市 Bar & Restaurant Expo にブース出展し、日本産米や日本産ホタテを活用した冷凍加工食品を現地レストランやバー、ホテル関係者に対して商談を行い、合計で18万ドルの成約が得られた（見込みを含む）。

### バイヤーからの主なコメント

- 当店では人手不足で困っていた。日本産ホタテを活用したこうした商品は当店にとってもとてもありがたい。
- オホーツク産ホタテを活用しているためか、やや硬い触感となっているが、改善することでレストランやテイクアウトの場面で活用できる商品となる。
- 当店のバーでは、ちょっとした日本テイストのメニューを提供したいがメニュー開発が難しかった。この商品は、非常に可能性があり、購入を決めた。

### 事業の様子



# プロモーションの取り組み②

## 日本産米を活用したおにぎり普及PR

- 実施期間 2024年4月～2024年9月
- 会場 全米、対面4州（UT、CA、CT、AZ）及びオンライン参加25州
- イベント回数 計8回

### 実施概要

「おにぎりアクション」のワークショップは、2020年度には487名を対象に18回実施、2021年度は372名を対象に11回、2022年度は422名を対象に10回、2023年度は555名を対象に8回と合計1,836人を対象に全米で47回実施した。

同ワークショップは、「和食育」を専門に手掛ける非営利団体Table For Twoと連携して実施し、**日本産米のパックライス**、のり、ふりかけ、ツナ缶及びマヨネーズなどが同封されたキットを使い**おにぎりを実際に作ってみんなで食べる**内容であり、海苔を顔の形に切り抜く海苔パンチなども用いて、楽しく日本産パックライス等の消費を促進した。

### 参加者からの主なコメント

会場では、参加者全員が和気あいあいとおにぎりを作る姿が印象的であった。参加者からは、「I loved getting to share onigiri with my parents. It's easier than I thought and I want to continue making onigiri for snacks at home!（両親とおにぎりをシェアすることができて、とても嬉しかった。思ったより簡単で今後も家でおやつにおにぎりを作りたい。）」などとコメントも寄せられており、引き続きおにぎりを通じて**パックライス、日本食の普及を通じた日本産米の需要を開拓**することが有望であることが明らかとなった。

### 事業の様子



@アリゾナ州立大学における事業の様子



# プロモーションの取り組み③

## ドジャースタジアムにおけるおにぎりPR

- 実施期間                   2024年 7月
- 会場                         ドジャースタジアム
- イベント回数               1回

### 実施概要

2024年7月2日米国、メジャーリーグベースボール（MLB）所属のロサンゼルス・ドジャースの本拠地球場「ドジャー・スタジアム」において「ジャパニーズ・ヘリテージ・ナイト」が開催され、ジェットロは日本産米をはじめとした日本産食材を使用したおにぎりのサンプリング・イベントを実施した。同イベントは「海外における日本産食材サポーター店」である築地銀だこ協力して行われ、近日ドジャー・スタジアム内で販売開始予定のおにぎりが来場者に3,000個無料で配布された。試合前にはおにぎりを頬張る光景が球場内の至る所で見られ、特に、日本産米を使用したおにぎりの味と品質は多くの人々から好評を得た。

### 参加者からの主なコメント

- おにぎりはみんな大好きだから、球場でも人気になると思う。
- 試合観戦にぴったりなスナックである。
- おにぎりはドジャースファンのお気に入りになるのは、間違いない。おにぎり販売の開始によって、スタジアムの日本食のレベルも上がるだろう。（ドジャー・スタジアム エグゼクティブシェフ）

### 事業の様子



# 産地との連携の事例

## 米系小売店でのテストマーケティング調査事業

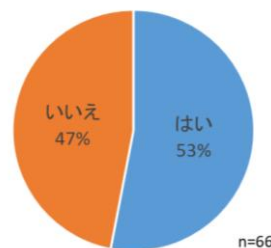
- 日時：2025年3月6日（火）～12日（水）
- 場所：ブリストル・ファームズ マンハッタンビーチ店

### 【実施概要】

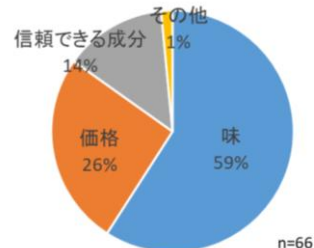
日本産米の米国における市場拡大及び米国消費者の日本産米に対する市場調査を行うことを目的とし、現地系高級スーパー、ブリストル・ファームズのマンハッタンビーチ店においてテストマーケティングを実施した。宮城県産ひとめぼれを活用した「おにぎり」を製造し、テスト販売とともに消費者調査や同店舗における日本産食材に対する取り扱い意向について調査した。



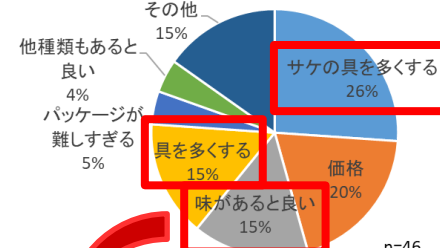
おにぎりの喫食経験の有無



おにぎりを購入する際に重視すること



おにぎりの改善点



### 【アウトカム】

- アンケートの結果、「おにぎりは関心があり、初めて購入した。とても楽しみ」という声や、「日本産米は、他のコメよりも低温でもおいしかった」という声が聞かれた。一方、「おにぎり1個6ドルは、やや高額」という意見も聞かれた。
- 日本産食材の米国向け輸出促進にあたっては、新規市場の獲得が急務となっている。「すでにレッド・オーシャン」と言われるロサンゼルスだが、現地系スーパーでは、日本食や日本産食材の取り扱いは非常に限られている。このため、現地系スーパーにおける日本産食材の取り扱い促進は、米国向け日本産食材の促進において非常に重要な視点となる。



→満遍なく具材を広げる形が好まれる

- アメリカでは炊飯器を持っている家庭は限定的。（＝お米を家庭で炊飯することは一般的ではない。）
- 鍋やフライパンを使って炊くこともあるようだが、**もともとあまり家庭で料理をすることが多くないので、いかに米を食べてもらうかがポイント。**

## (1) 日系小売店での流通形態



- 米を手軽に食べてもらう電子レンジ対応のパックライスが普及。
- 最近のLAでは景気後退の影響で外食を控える傾向にあり、中食（お総菜コーナー）のおにぎりやパック寿司の売上が好調。

## (2) 現地系小売店で流通形態



→日系小売店と違い平積みされていない。(主な来店者が日常的に米を食べる層ではないため5kg等の大袋での取扱はない。)

※一般的なローカルの消費者にとって、米は食事のメインではなく「サイド」の認識。

# 【課題1】低温度帯でも食味を維持する品種PR

## ■ 課題：

米国では、食品安全基準の観点から、**小売店の冷蔵陳列コーナーは5℃以下の設定**が求められる。通常、炊飯した米飯は5℃程度になるとβ化してしまい、食味が低下する。

## ■ 対応案：

「低アミロース米」は、5℃程度の低温でも保存耐性を有するため、米国の業務用米としてニーズが高い可能性がある。



# 【課題2】小売店で手に取ってもらえるパッケージ

## ■ 課題：

- ・米国で販売されている日本産米の多くは、日本で販売されるパッケージをそのまま利用している。米国で求められる短粒種は、「コシヒカリ」等の品種ではなく、「寿司を作るときに使う米」（**Sushi Rice**）であり、ニーズとの間にギャップが生じている。
- ・メインストリームに展開するためには、ローカルの消費者が読めるような英語表記が必須であるとともに、現地系小売店の商品棚に見合った大きさ・パッケージである必要がある。

## ■ 対応案：

- 品目団体とも連携し、米国現地消費者にも受け入れられる**統一したパッケージ・デザイン**を開発し、日本産米を広くPR。



JETRO

**ご清聴有難うございました。**

---

JETRO Los Angeles