

米国のハイエンドスーパー（高級食料品チェーン）の 禁止原材料に関するセミナー

～法的規制を上回る原材料の制限基準～



2026年7月24日

Eureka Global Solutions, LLC
代表取締役社長
ボイド敏子

本プレゼンテーションで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。米国輸出支援プラットフォームでは、できる限り正確な情報の提供を心掛けておりますが、本プレゼンテーションで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、米国輸出支援プラットフォームおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

本件に関する問い合わせ先：米国輸出支援プラットフォーム

電話番号：1-213-624-8855 Email アドレス：lag-USPF@jetro.go.jp

米国輸出支援プラットフォームでは、「米国FDA規制の更新情報、インポートアラート情報、リコール情報」としてFDA等の発出する新規規制やインポートアラート（輸入警告）、リコール情報を毎月、HPに掲載している。本セミナーでは、米国のハイエンドスーパー（高級食料品チェーン）の禁止原材料に関する事項を取り上げ、対策をまとめた。

（参考）

https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/us/pf_lag.html

- ➡ 1. 米国のハイエンドスーパーの概況
- ➡ 2. 法規制への適合 vs. ハイエンドスーパーの要件への適合
- ➡ 3. 日本産食品の輸出に関して
- ➡ 4. ハイエンドスーパーの使用禁止原材料の影響を受けやすい製品カテゴリー
- ➡ 5. 日本食品業界による戦略的対応
- ➡ 6. まとめ



出所 : Adobe Stock

1.1 米国のハイエンドスーパーの概況

急成長の背景と主要ハイエンドスーパー8社

米国のハイエンドスーパーマーケット市場は、近年、ニッチなオーガニック食品セグメントから、健康志向、ウェルネス、高品質、サステナビリティ、透明性を重視する消費者からの需要増を背景に、主要な小売カテゴリーへと進化。従来の伝統的なスーパーマーケットの販売の伸びが鈍化する一方で、ハイエンドスーパーは、より健康的な食品、新鮮な調理済み食品、オーガニック製品、そして「クリーンラベル」製品を求める消費者を惹きつけ、順調に拡大中。

チェーン名	リンク	年間売上高 (2025年度推定値)	店舗数 (2026年7月推定)
ホールフーズ	Whole Foods Market	\$220～250億	549
トレーダージョーズ	Trader Joe's	\$160-180億	600
ウェグマンス	Wegmans Food Markets	\$140-150億	113
スプラウツ	Sprouts Farmers Market	\$80-90億	480
フレッシュマーケット	The Fresh Market	\$19億	170
ゲルソンズ	Gelson's Markets	\$6億	27
エレウオン	Erewhon Market	\$5. 5億	12
ブリストルファームズ	Bristol Farms	\$2. 5億	14

出所：
Eureka Global
Solutions

1.2米国のハイエンドスーパーの概況

「クリーンラベルとは」

法的に定義された規制用語ではなく、マーケティング上の用語。
消費者が一般的に「シンプル」「自然」「最小限の加工」として認識できる原材料で作られた製品。シンプルで馴染みのある原材料を使用し、人工添加物の使用を抑え、透明性が高く分かりやすい原材料で作られ表示された食品。

消費者が一般的にイメージする、クリーンラベル製品の特徴：

- 人工着色料、人工香料、人工保存料不使用
- 添加物が少ない
- 原材料が明確（透明性が高い）

例：

パンには、保存料や数種類の製パン改良剤が含まれていることが多いが、「クリーンラベル」のパンは、小麦粉、水、酵母、塩、そして消費者に馴染みのある少数の原材料のみが使用され、記載されている。



出所：Adobe Stock

原材料の透明性とクリーンラベルの違い：

原材料の透明性：原材料に関する情報を分かりやすく開示すること

クリーンラベル：消費者にとってシンプルで馴染みやすく、加工を最小限に抑えた原材料を使用していること

1.3 米国のハイエンドスーパーの概況

ハイエンドスーパーに制限、禁止される傾向の強い原材料



法規制に適合していてもハイエンドスーパーの要件を満たさない例が多々あり、またハイエンドスーパーが法規制変更に先んじて原材料を禁止していた例もみられる。

原材料の分類	原材料の分類	ハイエンドスーパーによる制限の頻度
Artificial food dyes	人工着色料	非常に高い
Artificial preservatives	人工保存料	非常に高い
Artificial flavors	人工香料	非常に高い
Hydrogenated oils	水素添加油脂	非常に高い
Potassium bromate	臭素酸カリウム	高い
Azodicarbonamide	アゾジカルボンアミド	高い
Artificial sweeteners	人工甘味料	中～高
MSG and flavor enhancers	MSG（グルタミン酸ナトリウム）等の合成風味増強剤	中
Synthetic emulsifiers	合成乳化剤	中
HFCS	HFCS（高果糖コーンシロップ）	中
Benzoate preservatives	安息香酸塩系保存料	中
EDTA preservatives	EDTA系保存料	中



出所：[FDA](#)

出所：
Eureka Global Solutions 調査

1.4 米国のハイエンドスーパーの概況

米国主要ハイエンドスーパーのクリーンラベルへのポリシー

チェーン名	ポジション	特徴	具体例
ホールフーズ	米国最大かつ最も影響力のある自然食品スーパーマーケットチェーンであり、ベンチマーク的存在。	広範な禁止成分リスト300種。クリーンレベルの厳格な基準	人工着色料、香料、多くの保存料不使用、厳格な製品審査プロセス、オーガニック認証重要視、動物福祉基準、品質基準の継続的な更新など
トレーダージョーズ	顧客ロイヤリティと、食料品業界最強クラスのプライベートブランドモデルを確立	クリーンラベルポリシーと高品質、かつ、お値打ち感のある価格設定	多くの人工添加物を排除、PB製品から多数の合成成分を排除、PB製品の品質管理を徹底、シンプルな原材料構成を重視
ウェグマンズ	「全米で最も称賛される食料品小売業者」のランキング常連	卓越した惣菜（デリセクション）、上質な買い物体験、強力なPBプログラム	多数の人工着色料や添加物を排除、PB製品におけるクリーンな原材料基準、オーガニックおよび自然食品の品揃えを拡充
スプラウツ	米国で最も急成長している健康志向のスーパー	強力なクリーンラベル志向	自然食品とオーガニック製品に注力、豊富な「フリーフロム（含まれていない）」商品、加工を最小限に抑えた食品の重視、幅広い食事制限に対応した商品、原材料に関する透明性

1.4 米国のハイエンドスーパーの概況

米国主要ハイエンドスーパーのクリーンラベルへのポリシー（続き）

チェーン名	ポジション	特徴	具体例
フレッシュマーケット	グルメ食品、高品質な生鮮食品、そして高級感のある顧客体験に注力。	グルメ志向、新鮮な精肉・鮮魚、高品質な惣菜	自然食品やオーガニック食品の豊富な品揃え、最小限の加工にとどめた食品を優先、クリーンラベル対応のPB製品を拡大中、生鮮食品を強力に重視
ゲルソンズ	カリフォルニア州の富裕層向け市場で展開する高級地域密着型チェーン	高いサービスレベル、高品質な生鮮食品、富裕層の顧客基盤	自然食品やオーガニック食品を幅広く展開、高品質な調達基準、原材料の透明性を重視、ウェルネス（健康）志向のクリーンラベル製品カテゴリー
エレウオン	南カリフォルニアを中心に展開する、米国屈指の高級食料品ブランド	クリーンラベル、小売業界でも屈指の厳しい基準	オーガニックを最優先、徹底した原材料の選別、人工添加物の不使用、環境再生型農業（リジェネラティブ・アグリカルチャー）の重視、ウェルネスおよび機能性食品への注力
ブリストルファーム	南カリフォルニアで、厳選された品揃えとシェフの視点を活かした商品展開を特徴とする、高級グルメ・スーパーマーケット	オーガニック分野での主導権や規模の大きさで競うのではなく、新たな発見、調理済み食品（デリ）、サービス、そして高級住宅街の市場ならではの体験といった要素で差別化	厳選された精肉・鮮魚コーナー、こだわりのグルメ商品の品揃え、高品質なベーカリーとデリ、季節の集いや祝日に合わせた商品など

2.1 法規制への適合 vs. ハイエンドスーパーの要件への適合

ハイエンドスーパーにより制限、禁止される傾向が強い人工着色料

原材料名 (英語名)	原材料名 (日本語名)	主な用途	米国での使用可否	背景・理由
FD&C Blue No. 1	青色 1号	キャンディ、飲料	FDA使用禁止の方向	人工着色料
FD&C Blue No. 2	青色 2号	スナック菓子、シリアル	FDA使用禁止の方向	人工着色料
FD&C Green No. 3	緑色3号	キャンディ、デザート	FDA使用禁止の方向	人工着色料
FD&C Red No. 3	赤色3号 (エリスロシン)	キャンディ、デコレーション	2025年 1月15日にFDA 使用禁止決定、移行期 間として2027年 1月15日まで可	動物実験における発がん 性の懸念
FD&C Red No. 40	赤色 40号	飲料、スナック菓子	FDA使用禁止の方向	一部の消費者における多 動性への懸念
FD&C Yellow No. 5 (Tartrazine)	黄色4号	飲料、スナック菓子	FDA使用禁止の方向	アレルギーや過敏症への 懸念
FD&C Yellow No. 6	黄色 5号	スナック菓子、飲料	FDA使用禁止の方向	人工着色料への懸念
Citrus Red No. 2	シトラスレッド2号 (日本では不可)	柑橘類の果皮の着色	FDA使用禁止の方向	人工着色料
Orange B	オレンジ B (日本では不可)	ソーセージのケーシング	FDA使用禁止の方向	人工着色料

2.2 法規制への適合 vs. ハイエンドスーパーの要件への適合

ハイエンドスーパーにより制限、禁止される傾向が強い人工保存料

原材料名 (英語名)	原材料名 (日本語名)	主な用途	米国での 使用可否	背景・理由
BHA (Butylated Hydroxyanisole)	ブチルヒドロキシアニソール	シリアル、油脂、スナック菓子、冷凍食品、製菓用ミックス、クッキー、チューインガム、食肉製品	可	発がん性の懸念あり
BHT (Butylated Hydroxytoluene)	ジブチルヒドロキシトルエン	シリアル、スナック菓子	可 (現在FDAが再評価中)	天然由来の代替品を求める消費者の傾向
TBHQ (Tertiary Butylhydroquinone)	ターシャリーブチルヒドロキノン	油脂、クラッカー、揚げ物	可	合成酸化防止剤
Sodium Benzoate	安息香酸ナトリウム	清涼飲料水、ソース類	可	特定の条件下でベンゼンを生成する可能性
Potassium Benzoate	安息香酸カリウム	飲料	可	安息香酸ナトリウムと同様の懸念
Calcium Disodium EDTA	カルシウム二ナトリウム	ドレッシング、缶詰	可	合成保存料・安定剤
Propyl Gallate	没食子酸プロピル	油脂	可	合成酸化防止剤
Ethoxyquin	エトキシキン	食品への使用は限定的	一部の使用のみ合法	合成保存料としての懸念

2.3 法規制への適合 vs. ハイエンドスーパーの要件への適合

ハイエンドスーパーより制限・禁止される傾向が強い製パン改良剤
および小麦粉添加物



原材料名 (英語名)	原材料名 (日本語名)	主な用途	米国での 使用可否	背景・理由
Azodicarbonamide (ADA)	アゾジカルボン アミド	パン生地 改良剤	可（現在FDAが 再評価中）	工業的用途に対する懸念
Potassium Bromate	臭素酸 カリウム	製パン	可（現在FDAが 再評価中）	一部の機関により発がん性の可 能性がある物質に分類
Calcium Peroxide	過酸化 カルシウム	小麦粉 処理剤	可	加工度の低い原材料を好む傾向
Ammonium Sulfate	硫酸 アンモニウム	生地調整剤	可	合成加工助剤



出所：Adobe Stock

2.4 法規制への適合 vs. ハイエンドスーパーの要件への適合

ハイエンドスーパーより制限、禁止される傾向が強い甘味料および風味増強剤

原材料名 (英語名)	原材料名 (日本語名)	主な用途	米国での 使用可否	背景・理由
Aspartame	アスパルテーム	ダイエット飲料	可	人工甘味料に対する消費者の懸念
Sucralose	スクラロース	ダイエット食品	可	高度に加工された甘味料
Saccharin	サッカリン	甘味料 (小袋入り)	可	発がん性の懸念
Acesulfame Potassium (Ace- K)	アセスルファム カリウム	ダイエット飲料	可	人工甘味料に対する懸念
Neotame	ネオテーム	加工食品	可	人工甘味料
Monosodium Glutamate (MSG)	グルタミン酸 ナトリウム	「うま味」の ある食品	可	消費者によるイメージへの懸念
Disodium Inosinate	イノシン酸 二ナトリウム	風味増強剤	可	人工風味増強剤
Disodium Guanylate	グアニル酸 二ナトリウム	風味増強剤	可	人工風味増強剤



出所：[FDA](#)

2.5 法規制への適合 vs. ハイエンドスーパーの要件への適合

ハイエンドスーパーにより制限、禁止される傾向が強い乳化剤、安定剤、食感改良剤

原材料名 (英語名)	原材料名 (日本語名)	主な用途	米国での 使用可否	背景・理由
Polysorbate 80	ポリソルベート80	アイスクリーム、 ソース	可	腸内環境への影響に関する研究が注目 されている
Polysorbate 60	ポリソルベート60	焼き菓子	可	合成乳化剤
DATEM	DATEM (ジアセチル 酒石酸エステル)	パン製品	可	工業的加工助剤
Propylene Glycol Esters	プロピレン グリコールエステル	ベーカリー製品	可	合成加工用成分
Propylene Glycol	プロピレン グリコール	フロスティング、 香料	可	工業的用途との関連が指摘されている
Carboxymethyl cellulose (CMC)	カルボキシメチル セルロース (CMC)	加工食品	可	マイクロバイオーーム (微生物叢) への 影響への懸念
Sodium Stearoyl Lactylate	ステアロイル乳酸 ナトリウム	パン類	可	高度に加工された添加物



出所 : Adobe Stock



出所 : Adobe Stock

2.6 法規制への適合 vs. ハイエンドスーパーの要件への適合 「クリーンラベル」で不使用とされる原材料

原材料名 (英語名)	原材料名 (日本語名)	主な用途	米国での 使用可否	背景・理由
Artificial Flavors	人工香料	多くの食品	可	個別の判断ではなく、一律に排除されることが多い
Artificial Colors	人工着色料	多くの食品	可(現状)	個別の判断ではなく、一律に排除されることが多い
Artificial Preservatives	人工保存料	多くの食品	可	自然食品を扱うチェーン店などで頻繁に制限されている
Partially Hydrogenated Oils	部分水素添加 油脂	マーガリン、 焼き菓子	不可	かつては制限対象の代表格だったが、現在は連邦レベルで 使用不可
High-Fructose Corn Syrup (HFCS)	高果糖コーンシ ロップ (HFCS)	清涼飲料水、 加工食品	可	マーケティング上の理由から敬遠されることが多い
Brominated Vegetable Oil (BVO)	臭素化植物油 (BVO)	柑橘系 清涼飲料水	不可	かつては制限対象の代表格だったが、現在は連邦レベルで 使用不可
Olestra	オレストラ	脂肪代替物	可 (限定的 な使用)	消費者の受容性に関する懸念あり

3. 日本産食品の輸出に関して 米国輸出において規制上問題となった原材料

輸入警告番号	輸入警告名	日本企業数	コメント
45-02	米国で使用が許可されていない着色料および/ または含まれている着色料が表示されていない食品	86	米国と日本で規制上、使用可の着色料が異なっているため米国輸出前には確認要。
99-21	添加亜硫酸塩類(科学的には二酸化硫黄)を含む食品の物理的検査なしの拘留	13	使用することは可能であるが、アレルギーをもつ消費者のために亜鉛酸塩を原材料として表示する必要がある。かんぴょう、ドライフルーツ、椎茸、千切り大根
45-06	ステビアの葉、ステビアの葉の粗抽出物、およびステビアの葉および/またはステビア抽出物を含む食品	10	米国では、特定の高純度ステビア配糖体抽出物は一般的に安全であると認識されており、合法的に販売され、食品に添加することができるが、ステビアの葉や粗抽出物は食品に使用することは許可されていない。



出所 : Adobe Stock



出所 : Adobe Stock

4. 日本産食品でハイエンドスーパーの原材料制限・禁止の影響を受けやすい品目

米国のハイエンドスーパーで制限、禁止されている原材料を含む食品は、販売してもらう事ができないので、原材料を確認し、必要に応じて輸出品目を再配合する必要がある。

米国向け日本産食品で影響を受けやすい製品カテゴリー

- ・ ベーカリー製品（製パン改良剤、人工保存料）
- ・ スナック菓子（人工保存料、人工着色料など）
- ・ 飲料（人工着色料、人工甘味料、人工保存料など）
- ・ 菓子類（人工着色料、人工甘味料、乳化剤、人工保存料など）
- ・ 即席食品（風味増強剤、保存料など）
- ・ 漬物（保存料、着色料など）



出所：Adobe Stock



出所：Adobe Stock

5.1 日本食料品業界による戦略的対応について

短期・中期・長期

ハイエンドスーパーでの販売のための日本企業の戦略的対応のアイデア

短期的

- ・ 輸出製品の原材料等の評価
- ・ 原材料の見直し、配合変更により、規制面のクリアに加え、ハイエンドスーパーが制限、禁止している原材料を含まない製品の選択

中期的

- ・ 製品の再配合（リフォーミュレーション）計画の策定
- ・ クリーンラベル関連のイノベーション
- ・ ハイエンドスーパーの制限・禁止原材料リストのモニタリング
- ・ 日本の食品の強みと合致する、ハイエンドスーパーの「クリーンラベル」による機会創出



出所：Adobe Stock

長期的

- ・ 透明性と天然由来の原材料を軸とした製品としてのポジショニング

5.2 日本食料品業界による戦略的対応について

配合見直し（リフォーミュレーション）アプローチ

ハイエンドスーパーでの販売を計画する日本食品会社の、配合見直し（リフォーミュレーション）のアイデア：

「リスク低減」のため、規制への適合だけでなく、ハイエンドスーパー制限、禁止の原材料を把握し、再配合を行う

具体的には、以下のポイントに対応することにより市場拡大の可能性がある。

- 大豆、魚、小麦、甲殻類に関する明確なアレルギー表示の整備。
- 米国基準に適合した原材料名の表記。
- 小売業者から制限を受ける可能性のある原材料の除去または代替。
- 原材料表示の簡素化、透明化。
- 汚染物質管理とトレーサビリティの向上（特に海藻・海苔・昆布の重金属（鉛やカドミウムなど））
- 人工香料を、天然風味や発酵由来の原材料に代替。
- 人工保存料を、発酵技術や乾燥技術の使用、米酢の配合等に代替。（日本の発酵技術の専門性が競争優位性を持つ可能性）。
- 可能な範囲で、不要な安定剤や着色料の除去。



出所：Adobe Stock

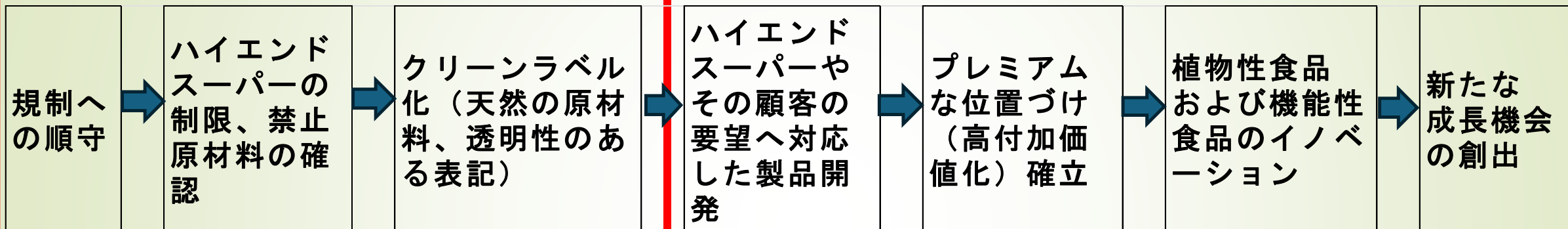
例：

天然の「うま味」を活用した減塩食品など。日本の食品の持つ強みを活かし、天然原材料と減塩というハイエンドスーパー顧客の大きな関心事に対応。醤油、味噌、米酢、昆布、かつお節、椎茸などの風味、だしベースの調味料使用。単に「塩分が少ない」だけでなく、「塩分控えめでも風味豊か」であることをアピール

5.3 日本食料品業界による戦略的対応について

ハイエンドスーパーでの販売に向けてのアプローチ

ハイエンドスーパーへの販売に向けた流れ



「減塩、原材料表示の簡素化・クリーンラベル化、トレーサビリティ（追跡可能性）システムの構築、汚染物質の管理」が、ハイエンドスーパーへの進出の実用的な投資の優先順位

この順序で取り組むことは、リスク低減と事業成長を最大化すると同時に、発酵、天然の「うま味」、海藻に関する専門知識、加工度の低い食品といった、日本の最大の競争優位性を活かすことにもつながる。

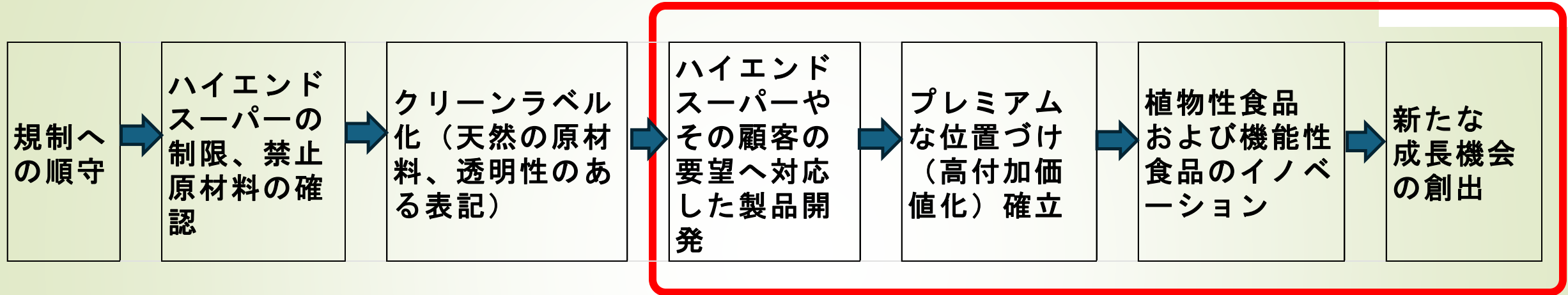


出所：Adobe Stock

5.3 日本食料品業界による戦略的対応について

ハイエンドスーパーでの販売に向けてのアプローチ（続き）

ハイエンドスーパーへの販売に向けた流れ



豆腐、枝豆、湯葉など、植物性食品および健康食品のイノベーションによる、新たな成長機会の創出：米国で販売されている代替肉は、一般に高度に加工された植物性食品（プラントベース製品）であるため、加工度を抑えた代替肉に代わる製品としての位置づけ。クリーンラベル、ベジタリアン、ヴィーガン（完全菜食）向け食事への需要に合致。

また、人工着色料や人工香料の代替として、緑色を出すための抹茶、紫色を出すための紫芋エキス、ゆずの風味を活用したプレミアムな菓子や飲料への活用などもアイデア

6. まとめ

ハイエンドスーパーは、連邦政府の要件を上回る基準を独自に適用することがある。

対米輸出の拡大を計画する日本の企業は以下を理解して、実行することが必要。

- ・ 米国におけるプレミアム食品およびナチュラル食品カテゴリーの成長
- ・ ハイエンドスーパーの制限・禁止原材料が市場参入の障壁となりうるので監視強化
- ・ 「クリーンラベル」製品への需要増を理解し対応

日本のサプライヤーにとってクリーンラベル関連の魅力的ビジネスチャンス：

- 天然の「うま味」成分（だしの構成成分、キノコエキス、海藻エキス）
- 発酵調味料（味噌、醤油、米酢）
- 伝統的な大豆由来タンパク質（豆腐、湯葉、枝豆由来の原材料）
- 天然由来の保存技術および発酵技術
- 海藻由来の原材料およびスナック
- 天然の色素を使用したお菓子
- 抹茶や茶をベースとした健康飲料



出所：Adobe Stock

これらの分野は、他の国の食品会社が模倣しにくい日本独自の専門知識や技術を活かせるものであり、シンプルな原材料、本物志向、持続可能性、そして天然由来の機能性に対する消費者の需要とも合致する。

本プレゼンテーションでは、カリフォルニア州食品規制に焦点を当て、その対策について説明した。

ご質問があれば、以下までお問い合わせください。

本件に関する問い合わせ先：米国輸出支援プラットフォーム

電話番号：1-213-624-8855 Email アドレス：lag-USPF@jetro.go.jp