Deloitte.
デロイト トーマツ

農林水産省輸出・国際局
海外連携グループ 御中

調査報告書

令和６年度食産業の戦略的海外展開支援委託事業
（主要な輸出先国における輸出重点品目にかかる物流・商流の実態把握・コスト分析調査）

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社

2025年3月

MAKING AN IMPACT THAT MATTERS since 1845

アジェンダ

1. 背景・目的・スケジュール	3
2. 調査結果サマリ	6
3. 調査の実施報告	17
3-1 日本産米のアメリカへの輸出に係るコスト分析	23
3-2 アメリカ向け加工食品の流通事業者別末端商品価格の調査	71
3-3 輸出拡大に向けた取組事例の整理	125
3-4 取りまとめ (輸出課題および輸出拡大案)	134

1. 背景・目的・スケジュール

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

本調査事業では、アメリカにおける日本産米の流通コスト構造分析、および加工食品も含めた流通状況および現地での末端価格を調査し、輸出拡大に向けた方策を検討した

背景

- 政府は、2030年、農林水産物・食品の輸出額を5兆円とすることを目標に、日本産農林水産物・食品の輸出を促進している
- 輸出拡大を行う上で、産地から海外市場までのサプライチェーンを効率化、大規模化し、低コストでより安価に高品質な日本産品を提供できるようにしていく必要がある
- 本事業は、戦略的サプライチェーンの構築及び輸出実行戦略を効果的に実践するための方策の検討に資するため、**輸出重点品目について、海外現地サプライチェーンにおけるコスト構造を調査するとともに現状・課題を把握**するものである

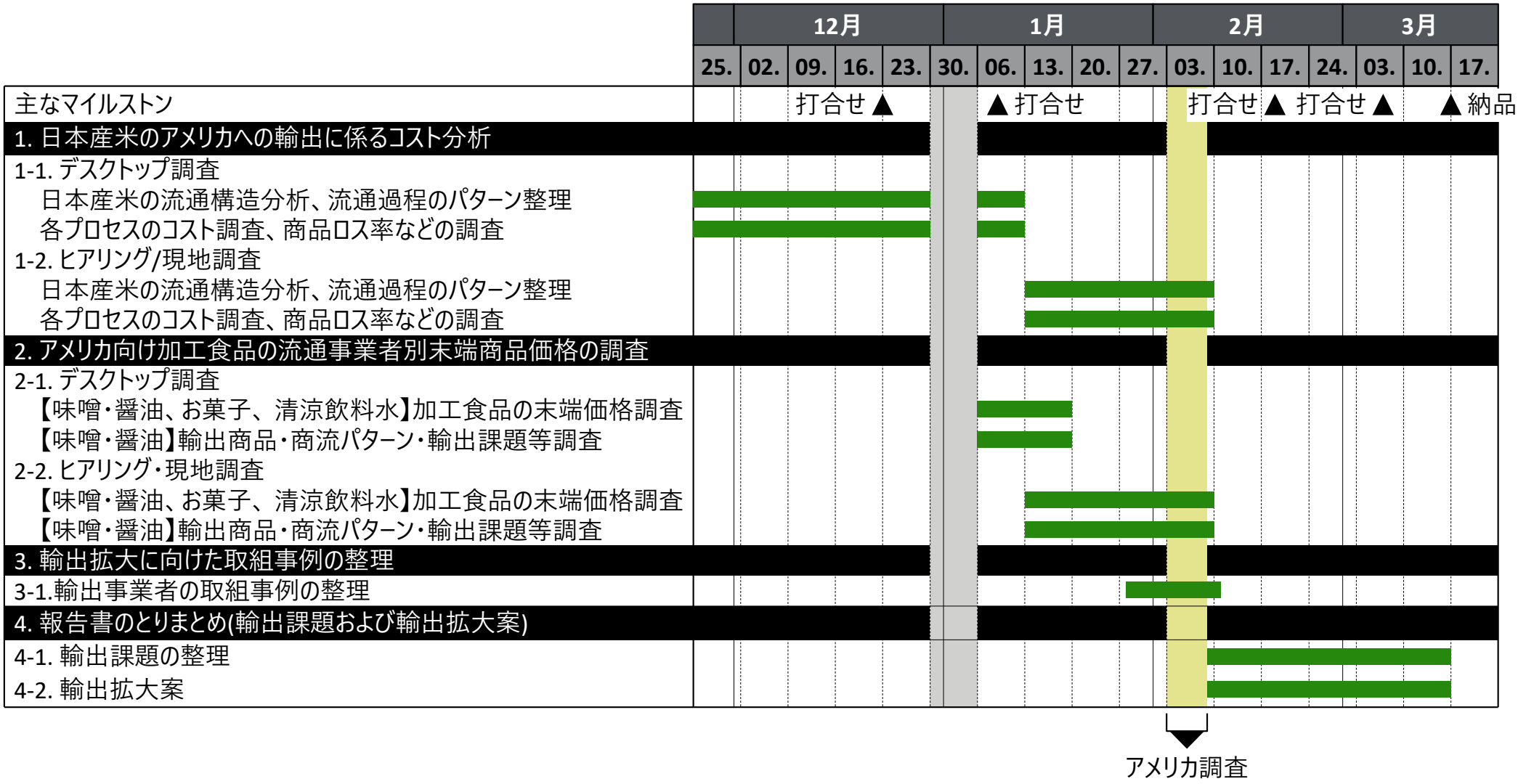
目的

- 本業務では、**日本産米のアメリカへの輸出に係るコスト分析及びアメリカ向け加工食品(味噌・醤油・炭酸飲料・和菓子)の流通事業者別末端商品価格の現状把握**をし、**サプライチェーンを効率化及び提供価格削減のための課題と対策分析**をおこなうことで、**中小企業の輸出拡大支援(日系小売およびフードサービスのみでなくアメリカ系小売りおよびフードサービスへの販路開拓)に繋げるための施策を検討することを目的とする**
- 具体的には以下のタスクを推進する
  1. 日本産米のアメリカへの輸出に係るコスト分析
  2. アメリカ向け加工食品の流通事業者別末端商品価格の調査
  3. 輸出拡大に向けた取組事例の整理
  4. 報告書のとりまとめ(輸出課題および輸出拡大案)

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

1月中に各種机上調査およびヒアリング調査を進め、2月初旬にアメリカ西海岸を訪問し価格調査を実施。事業期限までにヒアリングおよび現地調査結果を取りまとめた

スケジュール



© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

2. 調査結果サマリ

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米は日系小売にて流通されている。流通経路による価格差を検証するため、アメリカ産中粒種の商品価格を比較した結果、本調査では大きな差は確認できなかった

調査結果サマリ：日本産米のアメリカ向け輸出に係るコスト分析

■ **本事業における調査結果**

➢ 米の流通構造(コスト構造分析)

- **アメリカ国内の日系小売で販売される日本産米の店頭小売価格は、FOB価格の約3倍の水準に達する。つまり、店頭小売価格のうち、在米日系卸売業者及び在米日系小売業者関連コストが全体の50%を占める**

➢ 米の末端価格調査

- 日本産米は、調査時点ではアメリカ系小売での取り扱いが確認されず、日系小売に販売が限定
- **日系・アメリカ系両小売で取扱いのあったアメリカ産中粒種を調査した結果、流通経路が要因と思われる価格差は確認できなかった**
  - 同じ地域内の日系・アメリカ系店舗間では、物流の違いに起因する差は顕著ではなく、店舗の所在する地域間（ロサンゼルスーサンフランシスコ）で10％以上の価格差を確認
  - アメリカ国内における米の店頭小売価格は、供給側の各種コストの積み上げも考慮されつつ、販売先の需要側の購買力も加味して決定される可能性
- 日本食レストランの増加に加え、小売店舗内のSUSHI BAR、おにぎり専門店など、**中食・外食における日本産米の需要は高い**
  - 日系のみでなく、アメリカ系小売でもテイクアウト用の寿司コーナーの設置が増加。ただし、現状はカリフォルニア米の使用が主流
  - 手軽かつ低価格な食品としておにぎり人気が拡大。日系小売を中心にしたおにぎりの販売増加に加え、おにぎり専門店も増加

■ **調査結果からの示唆（輸出拡大に向けた支援の方向性）**

➢ アメリカにおける日本産米の需要拡大の一案として、**現地での中食・外食事業での日本産米の消費機会の増加、販売強化に取り組む**

- 寿司を中心とする日本食レストランや、近年増加するおにぎり専門店にて日本産米への切り替えを促進

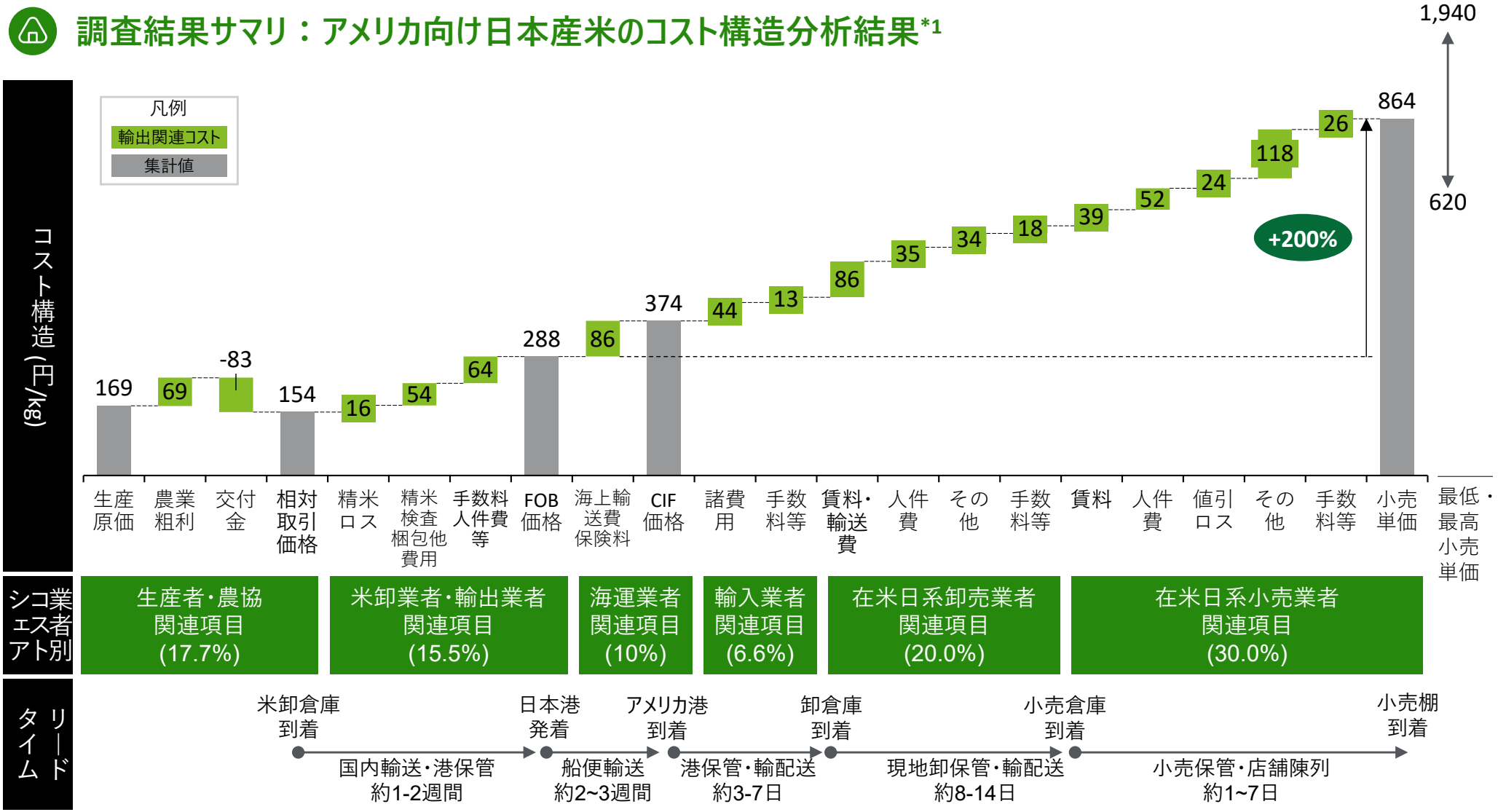
➢ **中食・外食における日本産米の需要拡大を基盤として、アメリカ系小売における日本産米の取扱い棚面積の拡大に取り組む**

- アメリカ内の小売ではアメリカ産短粒種の取扱いが近年増加しており、同じ単粒種である日本産米の販売機会も十分あると推察

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

アメリカ国内の日系小売に仕向けられる日本産米について、その店頭小売価格はFOB価格の約3倍の水準に達する。つまり、コストの大部分は現地の卸・小売関連によるもの

調査結果サマリ：アメリカ向け日本産米のコスト構造分析結果*1

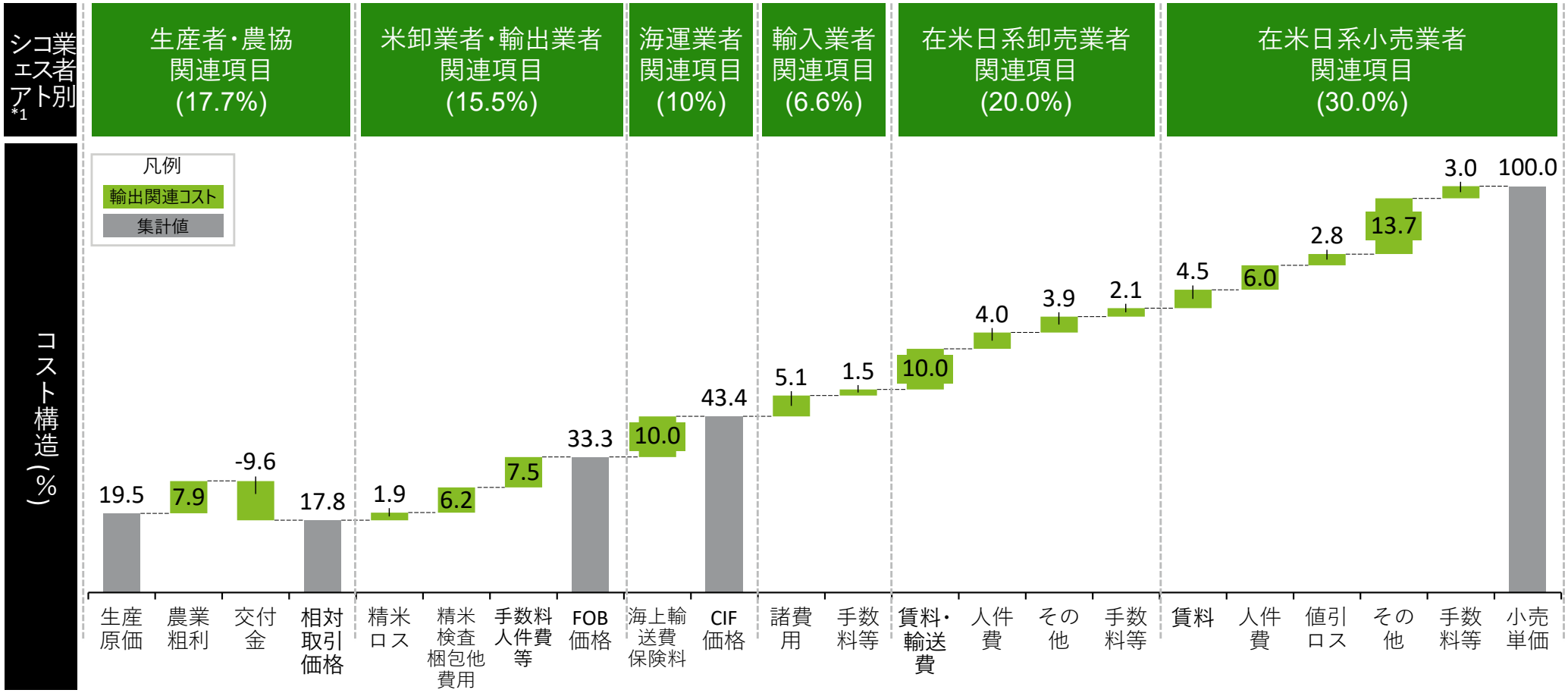


*1：出所・算出方法は本資料29-31頁を参照のこと。なお、小売単価は、梱包容量による単価差が大きく、現地調査を行った精米販売単価の中央値$5.56とした。1ドル 155.28円(2025年2月3日)にて計算

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

店頭小売価格を100%とする場合、在米日系卸売業者及び在米日系小売業者関連コストが全体の50%を占める

調査結果サマリ：アメリカ向け日本産米のコスト構造分析結果（相対度数表示）



*1：四捨五入により、シェアの合計値が100%にならないことに留意。出所・算出方法は本資料29-31頁を参照のこと。

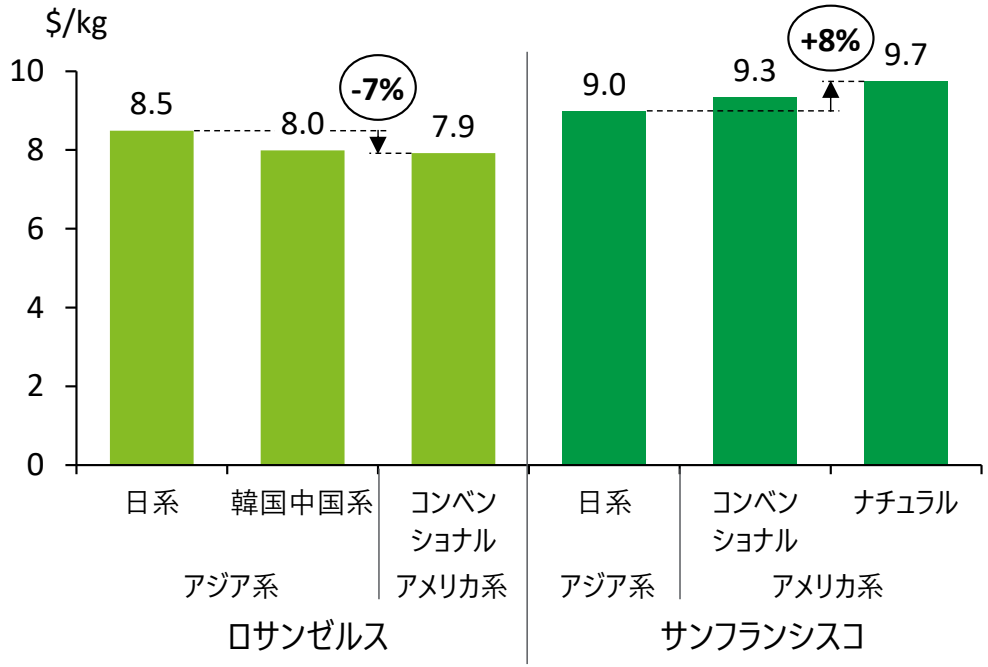
© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

米の小売価格について、同じ地域内の日系・アメリカ系店舗間では、物流の違いに起因する差は顕著ではなく、むしろ、店舗の所在する地域間で10％以上の価格差が確認された

調査結果サマリ：流通経路による米の価格差の検証（アメリカ産中粒種のケース）

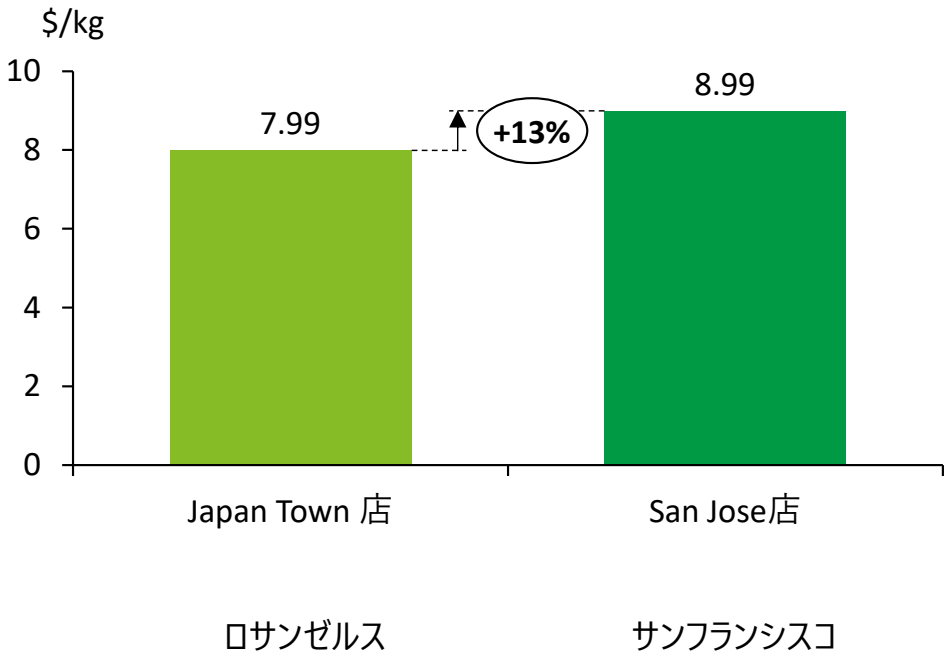
日本産米のアメリカ系小売での販売が確認されなかった点を受け、
流通経路による差を検証するためにアメリカ産中粒種の値を使用

【参考】「BOTAN Calrose 5lb」の小売カテゴリー別価格比較*1



同じ地域内では、店舗間の価格差は7～8％程度

【参考】「BOTAN Calrose 5lb」の店舗所在地別価格比較*2



ロサンゼルスにある店舗とサンフランシスコにある店舗について
同一商品で比較すると10％以上の価格差を確認

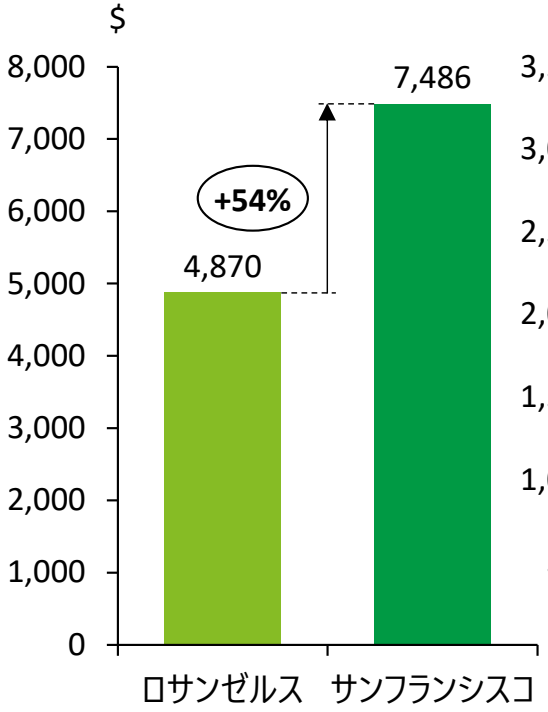
出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成
*1: 価格比較に用いた商品数はロサンゼルスでは、日系2、韓国中国系1、コンベンショナル3、サンフランシスコでは、日系1、コンベンショナル2、ナチュラル2である。N数が少ないため結果は参考に留まる
*2: ロサンゼルスとサンフランシスコの各店舗で同一商品を取り扱っている事業者であるMarukai を対象

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

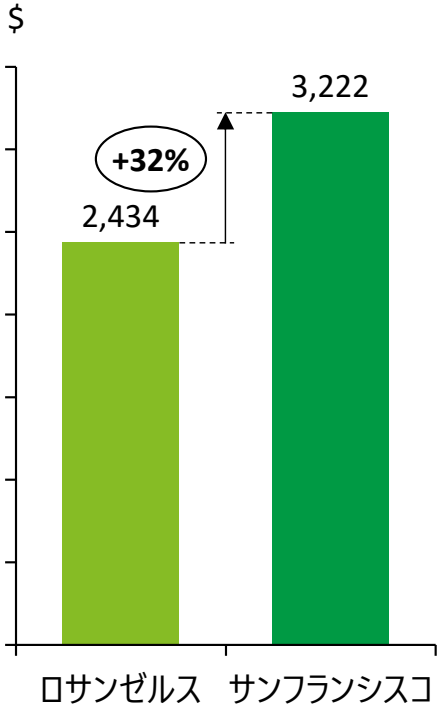
アメリカ国内における米の店頭小売価格は、供給側の各種コストの積み上げも考慮されつつも、販売先の需要側の購買力も加味して決定される可能性が示唆される

調査結果サマリ：地域間で米の価格差が存在する要因(仮説)

地域別の平均手取月収



地域別の家賃平均
（都市部所在の1bed room月額家賃）



物価に大きな影響を与える月収と家賃を比較すると、
ロサンゼルスと比較してサンフランシスコのほうが高い傾向

ヒアリング調査での発言趣旨

日系小売業者G

日本産米の価格設定について

■ 現地の需要・経済を見据えて売価を決定している。ロサンゼルスとサンフランシスコの間にも価格差を設けている

日系小売業者H

小売事業における価格設定について

■ 販売価格の店舗間の差は、地域・場所によるもの。地域性(賃金など)に合わせて売価を変えている

在アメリカの日系小売事業者によれば、
米の店頭小売価格は、流通コストも考慮するが、
現地の需要や経済状況を基に価格差を設定している

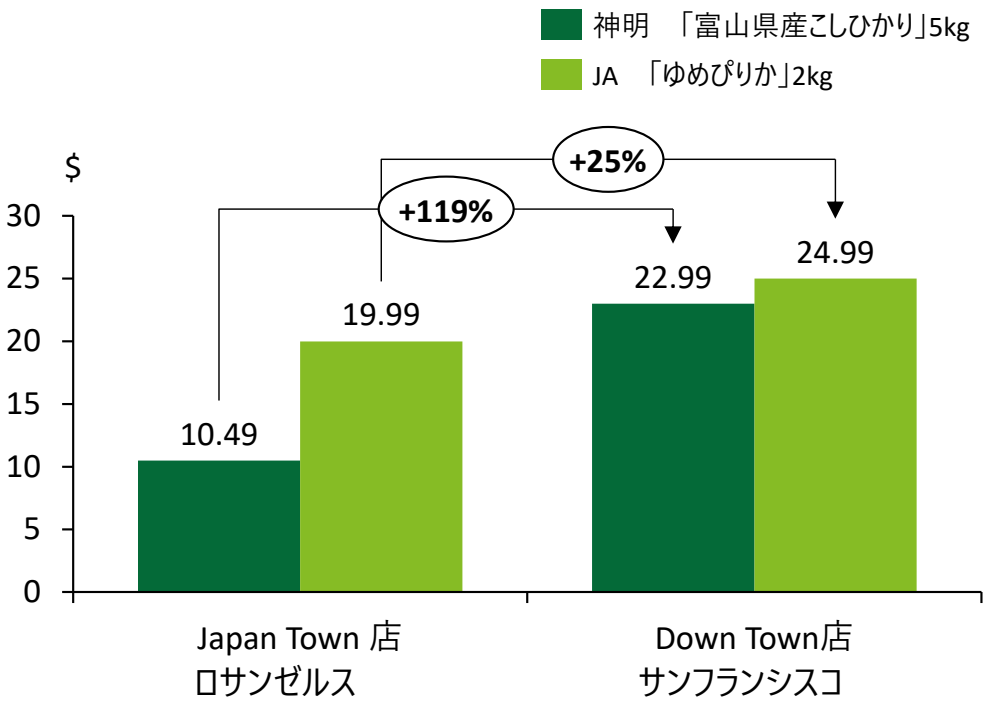
出所：ヒアリングを基に作成
データソース：NUMBEO「Cost of Living」Los Angeles (URL: https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/Los-Angeles) 及びNUMBEO「Cost of Living」San Francisco (URL：https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/San-Francisco)

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米の場合、アメリカ産中粒種と同様に、地域間の価格差が確認できる事業者も存在する。ただし、同一事業者間で地域間の価格差がない事業者も存在する

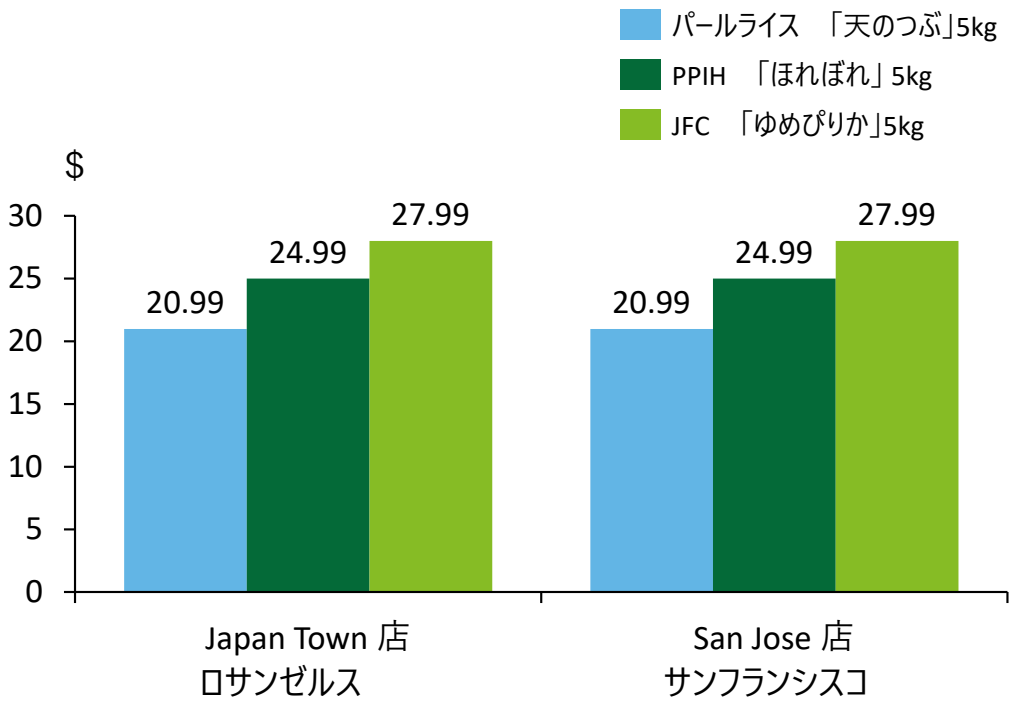
【参考】日本産米価格の地域間比較

Nijiyaのケース



アメリカ産中粒種と同様にロサンゼルスにある店舗と
サンフランシスコにある店舗の間に価格差がある

Marukaiのケース



別の日系店舗を確認すると、ロサンゼルスにある店舗と
サンフランシスコにある店舗の間に価格差がないケースも確認

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

アメリカ国内における小売向けの日本産米(精米)の末端価格について、日系/アメリカ系店舗など流通経路の違いによる価格差は顕著に見られず、他の要因も影響していると推察

調査結果サマリ：日本産米の販売価格データ分析

	分析観点		分析結果
日本産米の販売場所	日本産米(精米)は、アメリカ内のどの小売店舗において入手することができるか？	1	• 現状、日本産米は日系小売のみで販売 • カリフォルニア産米(中粒種)は、アメリカ系・日系問わずどの小売でも入手可能
販売されている日本産米の品揃え	アメリカ国内の小売店において、どういった商品が展開されているのか？	2	• アメリカで知名度の高い品種である、「こしひかり」の取扱が多い • 神明社による商品の取扱いは多く、品種も多様
販売されている日本産米の価格	小売店舗において販売されている商品の価格分布はどうなっているか？	3	• 価格は、5kg袋で3,259～4,346円程度で販売 • 一定の価格レンジはあるが、ブランドや品種による価格差ではない
	競合であるアメリカ産米は、日本産米とどの程度価格差があるのか？	4	• 調査時点では、日本産米とアメリカ産短粒種で顕著な価格差は存在しなかった • アメリカ産米(中粒種)と比較すると、日本産米の価格は29%高い
流通経路による米の価格差	取り扱う小売や卸売事業者等の流通経路によって商品に価格差が生じるか？	5	• アメリカ産中粒種の同一商品について、日系/非日系店舗の違いによる顕著な価格差は確認されなかった • そのため、取り扱う小売等の流通経路による価格差は想定しにくい • ただし、店舗の所在エリアによって価格差は確認されており、サンフランシスコはロサンゼルスと比較し、10%程価格が高い傾向

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

本調査対象の加工食品について、一部の商品はアメリカ系小売での販売を確認。ただし、流通経路の違いによる顕著な価格差は確認できなかった。また、味噌の輸出拡大に向けては、外食事業者をターゲットとする、作り手のこだわりがある商品の販促に可能性が存在

調査結果サマリ：加工食品(味噌・醤油・菓子・清涼飲料水)

■ **本事業における調査結果**

➢ 醤油・菓子・清涼飲料水の末端価格調査

- ロサンゼルス及びサンフランシスコ内の小売店舗を抽出し、醤油・菓子（ソフトキャンディ）・清涼飲料水（炭酸飲料）の末端価格を調査した結果、**アメリカ系小売・日系小売双方で陳列を確認できた**
  - 醤油や菓子は、日本国内で生産された商品は一部（店頭で確認できたほとんどの食品が米国産）
  - 清涼飲料水であるラムネおよび果汁入り炭酸飲料は、日本国内で生産された商品がほとんど
- なお、一部の日系小売では、国内の中小メーカーの味噌や醤油の取扱いは、一部の日系小売にて確認
- 醤油、菓子、清涼飲料水の店頭販売価格は、米や味噌と異なり、同じ商品における地域間（ロサンゼルスとサンフランシスコ）の価格差は確認されなかった
- アメリカ国内における、日本産食品の販売先は日系小売に偏り、アメリカ系小売での取扱いはほとんどない。日系小売以外の販路がない状態では、輸出拡大は容易ではない

➢ 味噌の末端価格調査

- 店頭販売価格をより詳細に分析した結果、日本産米と同様、**味噌においても流通経路の違いによる顕著な価格差は確認できなかった**

■ **調査結果からの示唆(味噌)**

➢ 輸出拡大には、"高品質な食材やストーリー性のある食材を志向する"フードサービス事業者に対し、原料や製造方法にこだわりのある、大手メーカーの商品と差別化した味噌の販売が考えられる

➢ その上で、"有名レストランで用いられている味噌"といった実績やブランド力を活用し、ローカルのアメリカ系小売やオンラインストア等、高単価での取引が期待できる販売チャネルで販売する戦略が考えられる

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

アジア系とアメリカ系小売の間に品揃えの差がある事を確認。日本産味噌はアジア系小売の販売が主で平均単価は約1.0$/kg。米同様にロサンゼルスと比較してサンフランシスコは販売価格が高い傾向

調査結果サマリ：味噌の販売価格データ分析

	分析観点	分析結果
味噌の販売場所	日本産味噌は、アメリカ内のどの小売店舗において入手することができるか？	1 • 日本産味噌は日系、韓国中国系小売で販売 • 金光味噌のみ、アメリカ系ナチュラル小売で販売 • 即席みそ汁についてはアメリカ系コンベンショナル小売でも販売
販売されている味噌の品揃え	アメリカ内の小売店において、どういった商品が展開されているのか？	2 • 味噌(ペースト)が全体の8割を占める • 原産国の内訳は約8割が日本産、約2割がアメリカ産 • 商品数の多いメーカーは「ひかり味噌」、「神州一味噌」、「マルコメ」
販売されている味噌(ペースト)の価格	日本企業によって現地製造された味噌(ペースト)およびアメリカ産味噌(ペースト)とどの程度価格差があるのか？	3 • 日本産味噌(ペースト)の平均単価約1.0$/kgでありアメリカ産味噌(ペースト)代表商品2.9$/kgと比較して低価格帯で販売 • 日本産とアメリカ産の間に価格差はあるが、メーカーごとに販売場所が異なる事から価格差は取扱店舗による差であると推察
流通経路による味噌(ペースト)の価格差	取り扱う小売や卸売事業者等の流通経路によって商品に価格差が生じるか？	4 • 同一商品の販売がなかったため、アジア系とアメリカ系の小売価格の差は検証ができなかった • 同地域内の日系と韓国中国系小売の価格差は確認されなかった • ただし、店舗の所在エリアによって価格差は確認されており、サンフランシスコはロサンゼルスと比較し、9%程価格が高い傾向

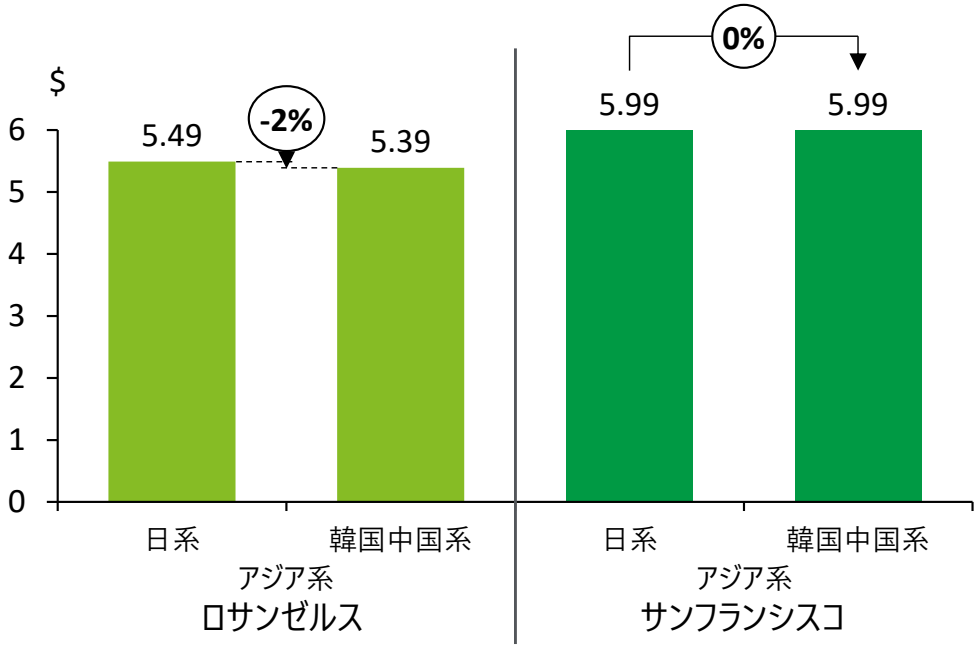
© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

味噌(ペースト)も米同様に、ロサンゼルスと比較してサンフランシスコのほうが単価が高い傾向にあった。これは米と同様、消費者の購買力による差である事が推察される

調査結果サマリ：流通経路による味噌の価格差の検証（店舗間・地域間比較）

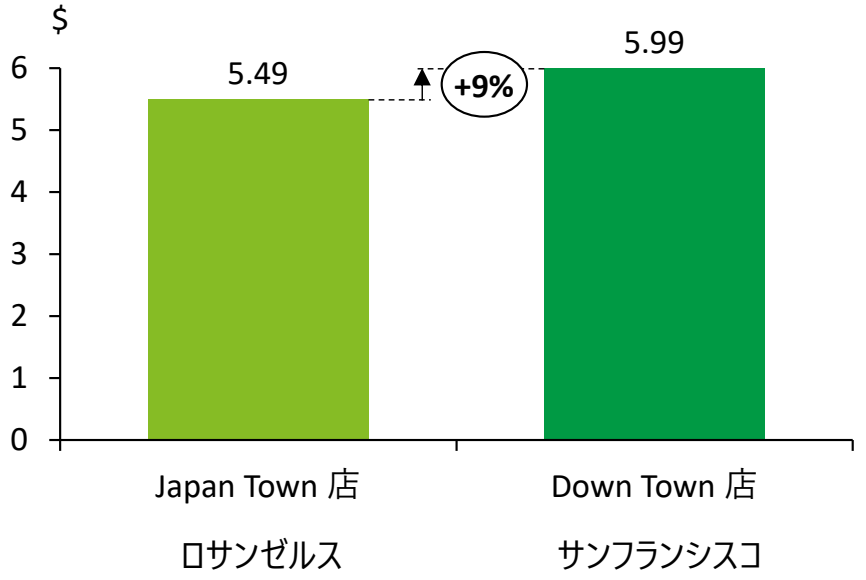
日本産味噌(ペースト)は同事業者の複数地域店舗での販売がなかったことから、
流通経路による差を検証するためにアメリカ産味噌(ペースト)の値を使用

【参考】小売カテゴリ別の価格比較*1
（対象：マルコメ All Natural Miso Reduced Sodium）



同地域内では小売りのカテゴリによる価格差は小さい

地域別の価格比較
（対象：Nijiya*2 における「マルコメ All Natural Miso Reduced Sodium」）



同事業者のロサンゼルスにある店舗とサンフランシスコにある店舗の価格を比較すると、サンフランシスコのほうが高価格な傾向

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成
*1: 集計に用いた商品数はロサンゼルス(日系1、韓国中国系1)、サンフランシスコ(日系1、韓国中国系1)であり、N数が少ないため結果は参考に留まる
*2: ロサンゼルスとサンフランシスコ各店舗で同じ商品のある事業者であるNijiya を例に挙げた

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

3. 調査の実施報告

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

米はコスト構造及び末端価格分析を、加工食品は各商品の末端商品価格を調査した。さらに、差別化を通じて輸出拡大が期待される味噌について、販売価格データも分析した

調査の全体像（品目別）

調査テーマ	品目	調査仮説	調査目的	当資料における該当セクション
日本産米のアメリカへの輸出に係るコスト分析 (3-1)	米	日本産米より安価なカリフォルニア米との競争のため、**輸出コスト低減を図りつつ日本産米の優位性が活きる領域での輸出拡大が有望**	• **コスト構造を明らかにすることで流通経路による価格差を確認し、最も安価な流通経路を特定すること** • **日本産商品の取扱い状況を明らかにすることで、小売における日本産商品の価格競争力およびアメリカ小売やフードサービスへの参入可能性を明らかにすること**	3-1-1. コスト構造分析 3-1-2. 末端価格分析 A) 末端商品価格調査 B) 販売価格データの分析 C) ヒアリング調査
アメリカ向け加工食品の流通事業者別末端商品価格の調査 (3-2)	味噌	日本産の加工食品は、**大企業商品の輸出が進んでおり、中小事業者は商品の独自性等を生かし、高単価で販売できる市場開拓が必要** *加工食品のうち、提供形態や製造方法など、独自性を打ち出すことで大手との差別化ができ、中小企業の輸出拡大が期待できる**味噌をより深堀して調査**	• **日本産商品の取扱い状況を明らかにすることで、小売における日本産商品の価格競争力およびアメリカ小売やフードサービスへの参入可能性を明らかにすること**	3-2-1. 末端価格分析 A) 末端商品価格調査 B) 販売価格データの分析 C) ヒアリング調査
	醤油		• **日本産商品の取扱い状況を明らかにすることで、小売における日本産商品の価格競争力を明確にすること**	3-2-2. 末端商品価格調査
	清涼飲料水			3-2-3. 末端商品価格調査
	菓子			3-2-4. 末端商品価格調査

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

末端価格調査のため、2025年2月上旬にアメリカロサンゼルス・サンフランシスコの主要店舗を複数訪問し、現地で陳列されている対象商品の価格について情報収集した

アメリカ現地調査の概要

対象品目	以下４つの品目を調査 • 米：日本産商品を中心に調査。末端価格比較の観点からアメリカ産中粒種の情報収集も実施 • 味噌・醤油：日本産商品を中心に調査。日本メーカーの味噌・醤油においては、アメリカ産製品も調査 • 清涼飲料水：日本産商品に限定して調査。末端価格比較の観点からサンプル数が大きい、ラムネを中心に調査 • 菓子：日本産商品に限定して調査。末端価格比較の観点からサンプル数が十分であるハイチュウ・ポッキーに絞って調査
日程・訪問場所	アメリカ西海岸において、主要なアジア系マーケットが存在する2都市を訪問 • 2025年2月2日～4日：ロサンゼルス(ジャパンタウン周辺、サンタモニカ周辺、トーランス周辺) • 2025年2月4日～6日：サンフランシスコ(ジャパンタウン周辺、サンノゼ周辺、パロアルト周辺)
調査対象店舗	より多角的な末端価格調査のために、小売において、なるべく多様なカテゴリーをリサーチ。カテゴリーの観点は以下の通り。実際の訪問店舗は後述 • カテゴリー1 ：アメリカ系(ナチュラル系)・アメリカ系(コンベンショナル系)・アジア系(日系・韓国系・中国系) • カテゴリー2 ：リージョナル(地域密着)・ナショナル(全国展開)
調査方法	店舗に訪問し、対象となるカテゴリーに属する商品を中心に、商品画像および価格を収集

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

現地調査対象地であるアメリカ西海岸において、ロサンゼルス・サンフランシスコの各拠点でアメリカ系・アジア系を含め、およそ15店舗において末端価格調査を実施した

調査対象店舗(1/2)：アメリカ系小売

カテゴリ	展開エリア	事業者名	事業概要	訪問実績	
				LA[*1]	SF[*1]
コンベンショナル系	ナショナル	Walmart	**アメリカに本社を置く世界最大のスーパーマーケットチェーン**。低価格で大量の品物を販売する「薄利多売」戦略で業績を伸ばし、世界最大の売上を誇る	○	○
		Kroger	クローガーは全米35州に2,750店舗を展開。ウォルマートに次ぐ規模	○	○
		Target	国内50州全てに店舗がある大型ディスカウントスーパー。2,000近い店舗を持つ	○	○
		Trader Joe's	ロサンゼルス郡本拠地とする食料品スーパーマーケットチェーン。2023年現在では500店舗を超えるチェーン店。**プライベートブランドに注力しており、メーカーとの直接取引も行う**	○	○
		Safeway	アメリカ最大規模のチェーン店。アメリカ国内に1,300店舗以上、国外にも、イギリス、メキシコなどに展開。売り場面積が大きいのが特徴	○	○
	リージョナル	Vons	南カリフォルニアを中心に展開するスーパー	○	
ナチュラル系	ナショナル	Whole Foods Market	1980年にアメリカのテキサス州で設立され、**自然食品およびオーガニックフーズの小売部門で世界最大規模を誇る企業**。アメリカ、カナダとイギリスを含めて、270店舗以上を展開	○	○
		Sprouts Farmers Market	オーガニック、グルテンフリー、無添加、ビーガンなどの商品に力を入れるスーパー。**グローバル食品のコーナーがあり、アジアの調味料、海苔、ラーメンなどを多数販売**	○	○
		Ralphs	アメリカ・カリフォルニアを中心に展開。**200以上の店舗数を持つオーガニック系のスーパー。Krogerの関連会社**	○	○
	リージョナル	Gelson's Market	PPIHが所有。**南カリフォルニア州で営業する地域スーパーマーケットチェーン**。高級スーパーの一つ	○	
		Piazza's Fine Foods	サンフランシスコで 2 店舗を展開する地域スーパーマーケット		○

出所：本資料22頁を参照のこと
*1：LAはロサンゼルス、SFはサンフランシスコの略

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

現地調査対象地であるアメリカ西海岸において、ロサンゼルス・サンフランシスコの各拠点でアメリカ系・アジア系を含め、およそ15店舗において末端価格調査を実施した

調査対象店舗(2/2)：アジア系(日本・韓国・中国)小売

資本種別	事業者名	事業概要	訪問実績	
			LA[*1]	SF[*1]
日系	Tokyo Central /Marukai Market	**2013年にPPIHが株式を100％購入。**日本の食料品、日本製の電化製品、日本の雑貨など手広く扱う。**都道府県フェアなども開催。**オンライン店は無く、店舗近隣在住者への配達のみ実施	○	○
	Mitsuwa Marketplace	**カメイが株式を取得。**カリフォルニア州内の店舗は日本の食材を扱う大きなスーパーのような規模。現在はカリフォルニア州に8店舗、シカゴ、ニュージャージー、テキサス、ワイキキの合計12店舗を運営。全米向けのオンラインストアにも注力。アメリカ以外の進出は無い ロサンゼルスの店舗の利用者は、日本人から非日系人にシフト。店舗によって多少変わるが、特にサンタモニカ店は9割の利用者が非日系人	○	○
	Nijiya Market	1986年にカリフォルニア州で創業した日本食材を中心としたスーパー。日本から輸入した食材に加えて、契約農家によるオーガニック日本野菜も販売。また**ニジヤブランドの米や納豆、味噌、寿司酢なども販売している。**現在の店舗はカリフォルニア州とハワイ州にあわせて12店舗展開。プライベートブランド商品の開発に注力。**いずれの店舗も中小規模。輸入機能も持つ**	○	○
	Suruki Supermarket	新鮮な野菜や魚をはじめ日本の食材などが豊富に揃うことで評判のサンマテオの日系スーパー。**店内でおにぎりや弁当も提供。**新鮮で種類豊富な刺身のテイクアウトを提供。		○
	Seiwa Market	Marukai創業者がドンキホーテに売却後、新たに始めたスーパーマーケット。テキサスとカリフォルニアに店舗を持ち、飲食店も運営	○	
	Super Mira	2000年9月にサンフランシスコ日本街にオープンした日本食品スーパー		○
韓国系	H Mart	全米最大のアジア系スーパーで、各地に出店。店舗はアメリカ系スーパー並みに大きい。韓国のハナルム・グループが親会社。韓国のみならずアジアの食品を幅広く取り扱っている	○	○
中国系	99 Ranch Market	アメリカ最大の中国系マーケットチェーンスーパー。西海岸を中心に展開。2019年時点で50店舗を超える展開	○	○

出所：本資料22頁を参照のこと
*1：LAはロサンゼルス、SFはサンフランシスコの略

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

20,21頁の出所は以下の通り

調査対象店舗関連情報 出所

- Walmart About （URL：https://corporate.walmart.com/about）
- About Kroger（URL：https://www.thekrogerco.com/about-kroger/）
- About Target Corporation（URL：https://corporate.target.com/about）
- TRADER JOE’S About Us（URL：https://www.traderjoes.com/home/about-us）
- Safeway About Us（URL：https://www.safeway.ca/about-us/）
- Vons About Us（URL：https://www.vons.com/about-us）
- Whole Foods Market Company information（URL：https://www.wholefoodsmarket.co.uk/）
- Sprouts Farmers Market About Us（URL：https://www.sprouts.com/about/）
- Ralphs : Groceries & Pharmacy （URL：https://www.ralphs.com/）
- Gelson‘s Markets Company Profile（URL：https://www.gelsons.com/profile）
- Piazza’s Our Story（URL：https://piazzaslovesfood.com/our-story/）
- 株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディング About Us（URL：https://ppih.co.jp/en/corp/social/）
- Mitsuwa Marketplace About Mitsuwa（URL：https://recruit.mitsuwa.com/about-mitsuwa/）
- Nijiya Market About Nijiya Market / ニジヤマーケットについて（URL：https://www.nijiya.com/about-us）
- Suruki Supermarket ABOUT US（URL：https://www.surukisupermarket.com/about-us）
- Seiwa Market About Us – Philosophy & JPN Mart – NEW（URL：https://www.seiwamarket.com/about-us/）
- Super Mira Market: About Us（URL：https://supermira1790.blogspot.com/p/about-us.html）
- H Mart About Us（URL：https://www.hmart.com/about-us）
- About Us - 99 Ranch Market（URL：https://h5.awsprod.99ranch.com/about-us）

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

3-1. 日本産米のアメリカへの輸出に係るコスト分析

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

3-1. 日本産米のアメリカへの輸出に係るコスト分析

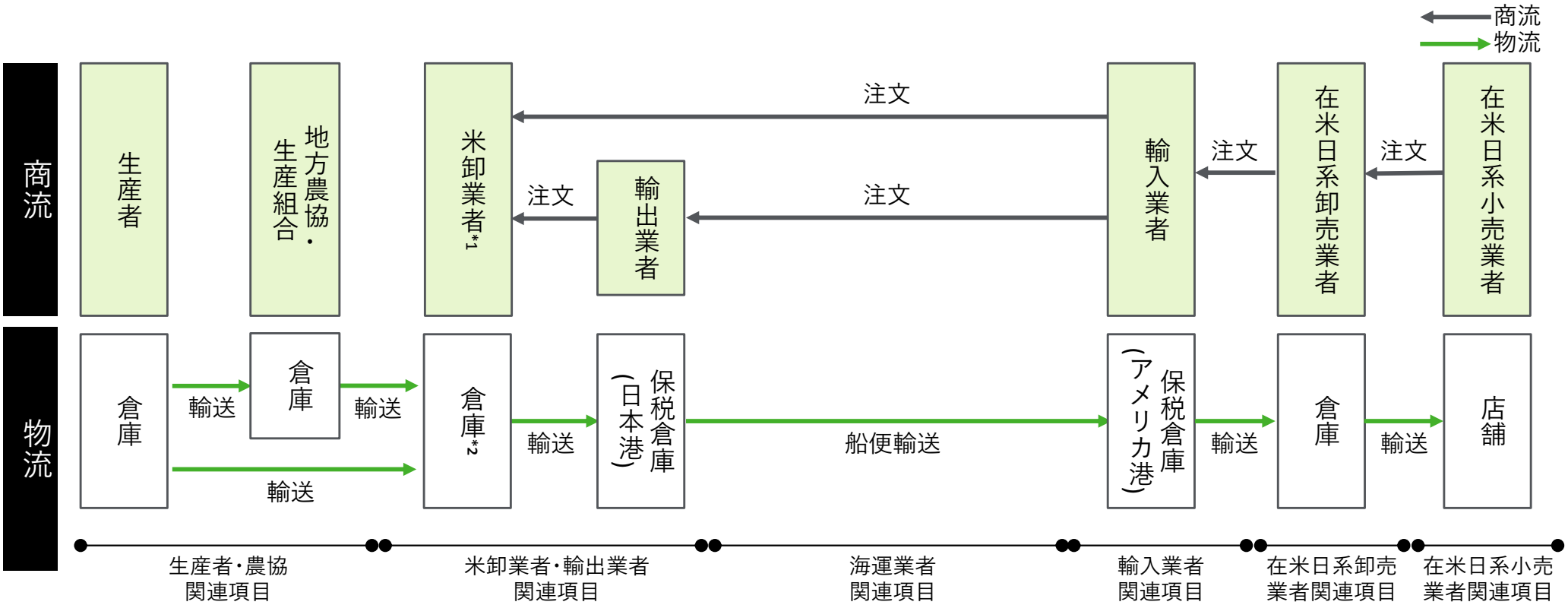
1. 日本産米のコスト構造分析

2. 日本産米の末端価格分析

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

本調査事業では、アメリカにある日系小売事業者に仕向けされる日本産米のサプライチェーンを前提として、デスク調査やヒアリングを通じたコスト分析を実施

コスト分析時に想定しているサプライチェーン



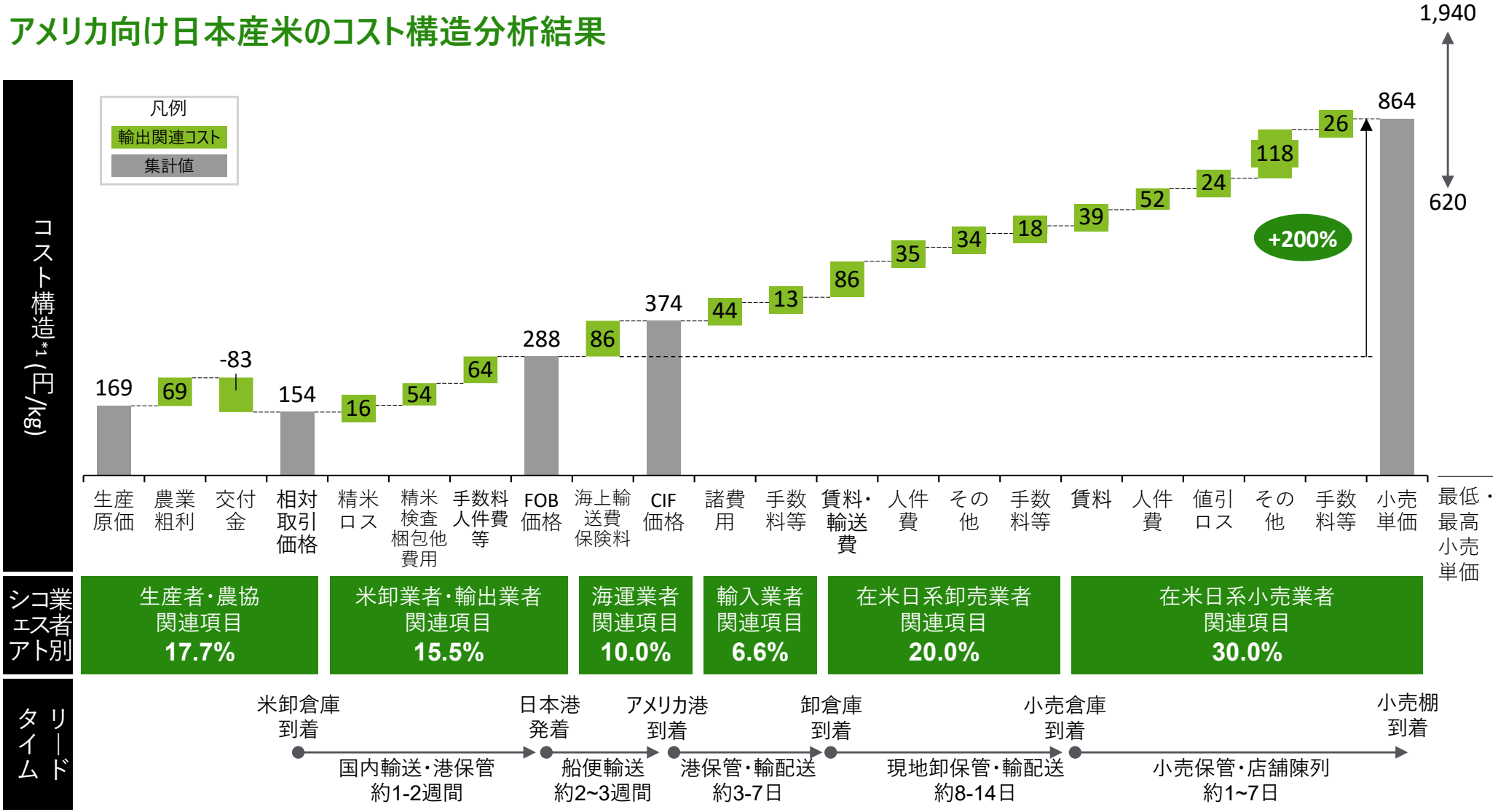
アメリカにおける日本産米（精米）の流通は、今回調査では日系小売でのみ確認されたため、日系卸を介した日系小売のサプライチェーンを想定して以降の調査を実施*2

出所：「米の輸出をめぐる状況について」、農林水産省、2022年、12頁（URL： https://www.maff.go.jp/hokuriku/food/export/attach/pdf/221013-3.pdf ）及び「輸入貨物に係る関税評価上の取扱い等に関する照会」税関、2020年、2頁（URL：https://www.customs.go.jp/zeikan/seido/kanzeihyouka/2020jirei/jizen_koukai_2020_9.pdf）
*1：米卸業者が、生産者および地方農協等から集めた玄米を、卸業者が倉庫で保管および精米しているケースを想定
*2：フードサービス事業者向けのサプライチェーンは、実態の把握が困難であるため割愛

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日系小売向け輸出では、日本産米の店頭小売価格はFOB価格の約3倍の水準に達する。つまり、店頭小売価格の大部分はアメリカ港到着以降に生じるコストで占められている

アメリカ向け日本産米のコスト構造分析結果

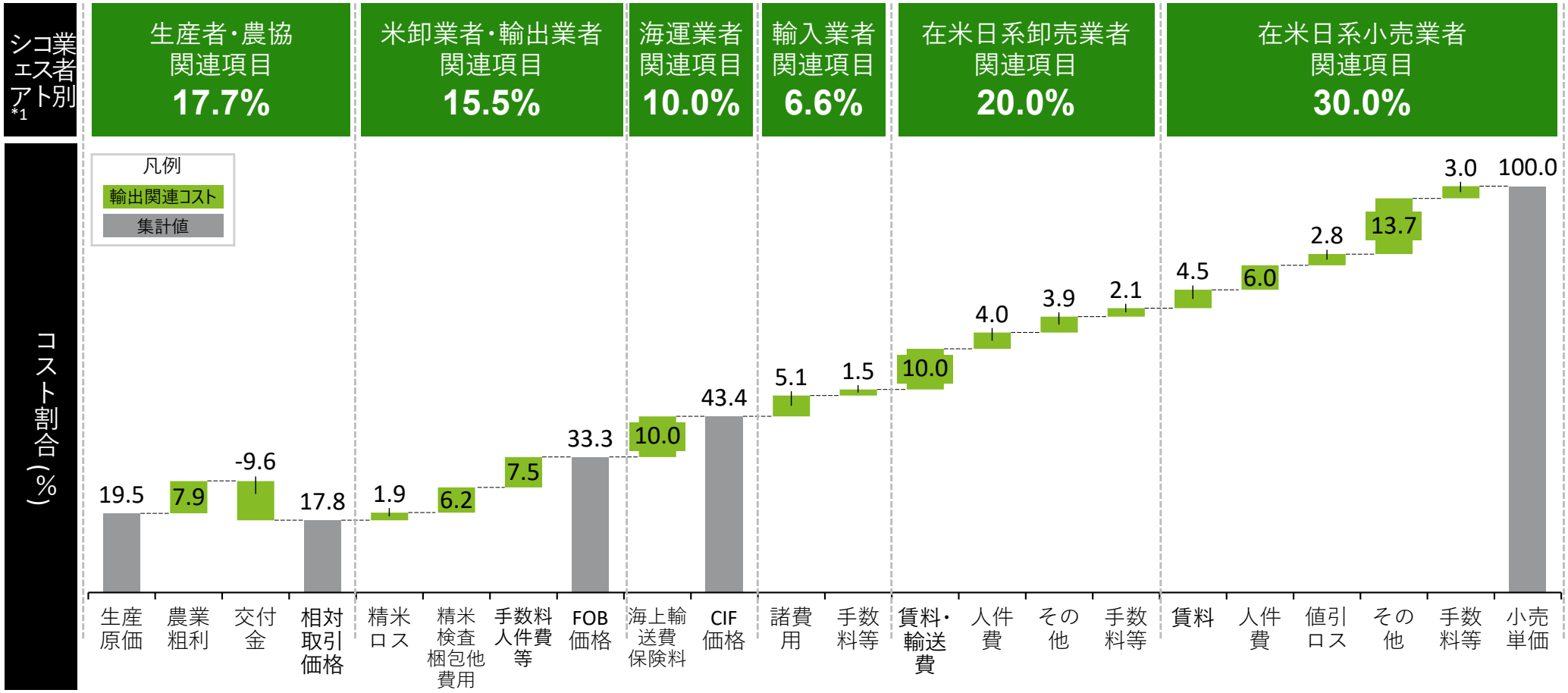


*1：出所・算出方法は本資料29-31頁を参照のこと。なお、小売単価は、梱包容量による単価差が大きく、現地調査を行った精米販売単価の中央値$5.56とした。1ドル 155.28円(2025年2月3日)にて計算

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

店頭小売価格を100%とする場合、在米日系卸売業者及び在米日系小売業者関連コストが全体の50%を占める

アメリカ向け日本産米のコスト構造分析結果（相対度数表示）



*1：四捨五入により、シェアの合計値が100%にならないことに留意。出所・算出方法は本資料29-31頁を参照のこと。

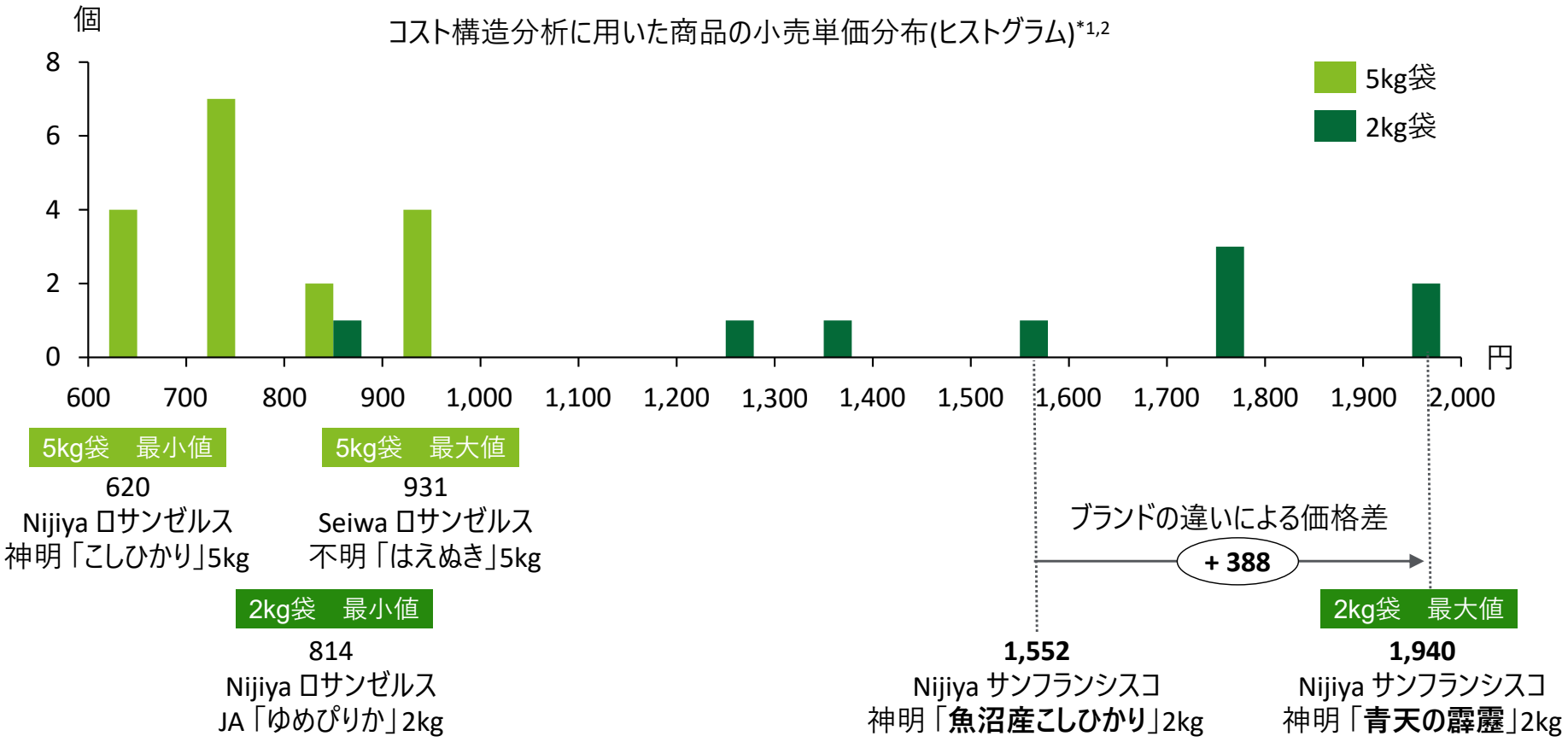
© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

小売単価の幅は梱包容量やブランドの違いに起因するものであり、卸の違いや介在の有無などの流通構造の差によるものではないと考えられる

小売単価幅の要因

要因①
梱包容量

要因②
ブランド



2kg袋と比較して5kg袋の単価が低い傾向にある。また、同一店舗での販売・同一メーカーであっても**ブランドの違いによる価格差**がある

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成
*1：小売単価は、小数第一位を四捨五入。1ドル 155.28円(2025年2月3日調査開始日)にて計算
*2：単価分布の作成には、コスト構造分析の小売単価算出に使用したすべての商品を用いた

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

前出の日本産米のアメリカ向けの輸出サプライチェーンに沿って各コスト項目を設定した。前年度報告書の計算ロジックを基本とし、ヒアリング結果に基づき算出方法を更新した

日本国内のサプライチェーンコスト出所・算出方法(アメリカ向け精米)

：前年度の計算ロジックを踏襲

No.	コスト項目	出所・算出方法	特記事項
①	**生産原価**	• 農林水産省農産局穀物課経営安定対策室 資料(2025年1月公表) *1より「農産物生産費統計」の全国平均(2024年)及び聞き取りによる手数料及び流通保管経費等の値を使用 • 10a当たり収量は「作物統計」より540kg/10aと設定し、kgあたりの金額を計算	–
②	**農業粗利**	• ④相対取引価格+③交付金-①生産原価として算出	–
③	**交付金**	• 産地交付金(県設定および地域設定)、新市場開拓用米作付支援交付金、新市場開拓用米の複数年契約加算交付金の合計額(すべて満額交付されていると仮定) • ただし、産地交付金の県設定および地域設定の単価は農林水産省農産局穀物課経営安定対策室 資料(2025年1月公表) *1に記載の2024年計画ベースの平均交付単価を引用 • 10a当たり収量は「作物統計」より540kg/10aと設定し、kgあたりの金額を計算	–
④	**相対取引価格**	• 農林水産省農産局穀物課経営安定対策室 資料(2025年1月公表) *1より取組事例のデータを用いて農林水産省が算定した新市場開拓用米の販売収入の値を引用 • 10a当たり収量は「作物統計」より540kg/10aと設定し、kgあたりの金額を計算	–
⑤	**米卸業者・輸出業者関連費用**	• 西川氏の論文*2での米卸A社の関連費用に占める割合を参考に、下記を算出 −精米他費用は (FOB価格-相対取引価格)×0.40 −手数料・人件費は(FOB価格-相対取引価格)×0.48 • なお、精米ロスは事業者ヒアリングを踏まえ、(FOB価格-相対取引価格)×0.12として算出	• 31頁に別途算出ロジックを掲載
⑥	**貿易統計価格(FOB価格)**	• 財務省「貿易統計」(2024年1月～2024年12月まで)アメリカ向け精米(品目コード1006.30-000)の輸出金額/輸出量を元に算出	–

*1：「経営所得安定対策等の概要(2025年度版)」、農林水産省農産局穀物課経営安定対策室 、2025年、23頁
*2：「米の輸出における流通コストの構造」、西川邦夫、2024年、『農業経営研究』第62巻第2号39頁

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米の対米輸出のサプライチェーンに沿って各コスト項目を設定した。前年度報告書の計算ロジックを基本とし、ヒアリング結果に基づき算出方法を更新した

海上輸送・アメリカ内のサプライチェーンコスト出所・算出方法(アメリカ向け精米)

：前年度の計算ロジックを踏襲

No.	コスト項目	出所・算出方法	特記事項
⑦	**海上輸送費・保険料**	• ⑥FOB価格×30%として算出	• ヒアリングにより左記ロジックの妥当性を確認済
⑧	**貿易統計価格(CIF価格)**	• ⑥FOB価格＋⑦海上輸送費・保険料より算出	―
⑨	**輸入業者関連費用**	• ⑫小売単価 - (⑪現地小売業者関連費用+⑩現地卸業者関連費用+⑧CIF価格)として算出 • 「手数料等」は、現地卸業者への販売価格の3%として算出 • 「諸費用」は関連費用からその他項目を除いたものとして算出	• ヒアリングを踏まえ、⑩と⑪の係数を変更したため、整合性をとるために同項目の導出を変更
⑩	**在米日系卸売業者関連費用**	• ヒアリングにより、⑫小売単価×20%として算出 • このうち手数料等については、小売業者への販売価格の3%として算出。諸費用は関連費用からその他項目を除いたものとし、事務所・倉庫等賃料、輸送費：50%、人件費：20%として算出	• 日本産米は日系卸売業者以外の取扱がないことから、日系卸売業者を使用した場合を想定 • 各コストの内訳は前年度のロジックの妥当性をヒアリングで確認し、踏襲
⑪	**在米日系小売業者関連費用**	• ヒアリングにより⑫小売単価×30%として算出 • このうち手数料等については、⑫小売単価の3%として算出。諸費用は関連費用からその他項目を除いたものとし、内訳は店舗・事務所・倉庫等賃料が15%、人件費20%として算出	• 日本産米は日系小売以外の取扱がないため、日系小売で販売される場合を想定 • 各コストの内訳は前年度のロジックの妥当性をヒアリングで確認し、踏襲している
⑫	**小売単価**	• 梱包容量による単価差が大きいため、現地調査を行った精米販売単価の中央値である$5.56と設定。1ドル 155.28円(2025年2月3日調査開始日)にて計算	• FOB価格にはすべての梱包容量の精米が含まれているため、値の統一性を保つため、今回調査したすべての精米販売単価の中央値を小売単価として設定

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

米卸業者・輸出業者関連費用の各コストの導出にあたり、学術論文に記載されているケースを参照し、精米ロス・精米他費用・手数料人件費の割合を算出した

補足：米卸業者・輸出業者関連費用の各コスト項目の算出方法

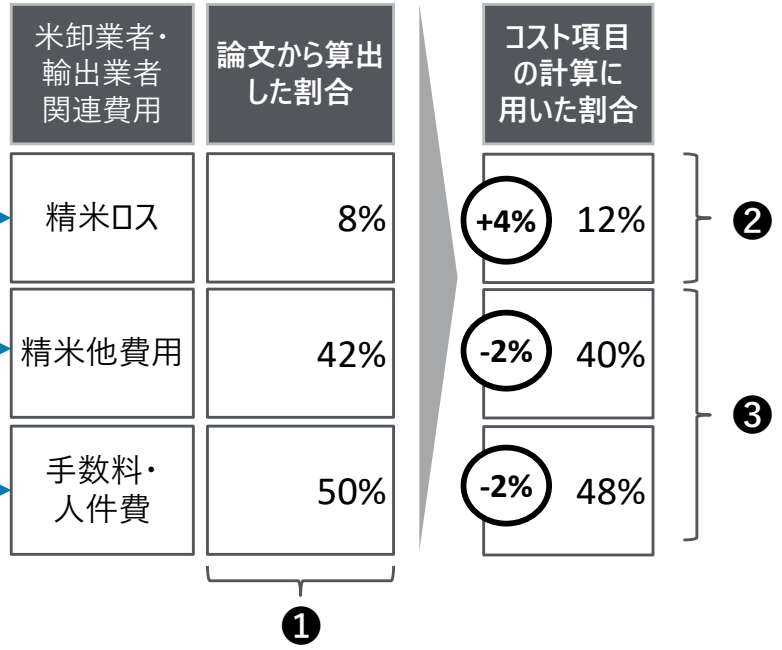
算定根拠となる論文*1の抜粋

A社の流通コストの構造(2022年)

(単位：円/60kg)

米卸業者関連価格・コスト	式	内訳
仕入価格	①	6,000～8,500
FOB価格	②	11,988～18,120
流通コスト	②−①	5,988～9,620 (6,000)
精米による重量減少分		480
精米加工料・保管料・梱包料・運送料等		2,520
A社の収益		3,000

設定したコスト項目の計算ロジック



❶ 算定根拠となる論文*1を基に流通コストに占める各項目の割合を算出し、コスト構造の計算ロジックとした
❷ ただし、当該論文では精米ロス(精米による重量減少分)を8%としているが、ヒアリングにより実際の精米ロスは約12%が適切と判断し、割合を変更
❸ 精米歩留まり変更による+4%の割合変更による差分を、「精米他費用」、「手数料・人件費」にそれぞれ-2%として割り振り、「精米他費用」と「手数料・人件費」を算出し直した

*1：「米の輸出における流通コストの構造」、西川邦夫、2024年、『農業経営研究』第62巻第2号39頁

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

コスト構造において、主要なコストの押上要因は事業者努力での取組みが困難。取組み可能な項目のうち、「生産者・農協関連項目」、「米卸業者関連項目」にコストの全体最適化につながる可能性がある

コスト構造における各項目のコスト最適化の可能性

大分類	中分類	業者別コストシェア	小分類(コスト項目)	項目別コストシェア	コスト最適化に向けた取組み例
日本国内流通	生産者・農協関連項目	17.7%	**生産原価**	**19.4%**	**多収米導入や栽培の大規模化 等**
			農業粗利	6.0%	―
			交付金	-9.0%	
	米卸業者関連項目	15.5%	精米ロス	2.1%	（コスト削減効果は極めて限定的）
			精米・等級検査・梱包他費用	**6.8%**	**国内の集荷・加工・輸送体制等サプライチェーン全体での最適化 等**
			手数料人件費等	**8.1%**	
海運	海運業者関連項目	10.0%	海上輸送費・保険料	10.0%	（燃料費や人件費等は増加傾向）
アメリカ国内流通	輸入業者関連項目	6.6%	諸費用	5.1%	（生産者・国内卸事業者ではコントロールが困難な領域）
			手数料等	1.5%	
	在米日系卸業者関連項目	20.0%	賃料、輸送費	10.0%	（アメリカ国内の卸および小売関連のコスト最適化はハードルが高い） ※各コストの低減交渉が可能なのは、一部の大手商品(コカ・コーラなど)など集客力のある商品に限定
			人件費	4.0%	
			その他	3.9%	
			手数料	2.1%	
	在米日系小売業者関連項目	30.0%	賃料、輸送費	4.5%	
			人件費	6.0%	
			値引きロス	2.9%	
			その他	13.6%	
			手数料等	3.0%	

海運以降のコスト項目のうち、国内事業者による削減努力が可能なコスト項目はほぼない

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

有識者によれば、アメリカにおける食品卸業や小売業で生じるコストに対して、国内の生産者・メーカーがこれらのコストに対して削減に向けたアプローチを執ることは容易ではない

ヒアリング結果｜アメリカ食品卸および小売り関連の費用

在米輸出コンサルタントJ

- **アメリカ系食品卸においては、プロモーション/広告コストが高い。**GoldやSilverなどでランク分けされ、いくつかのプロモーションパターンがある。**具体的な数値は公開されていない**
- **アメリカにおいては、黒字になるまでは3年間以上かかると考えるべき。**その為にも、アメリカ国内での人材の確保をし、アメリカ国内での稼働体制が必須になると思う(その分コストも必要)
- **日系食品卸は、輸出・通関・保管業務などを代行するが、アメリカ系食品卸は店舗へのディストリビュートしか行わないため、（利用する場合は）これらの関連業務を代行する事業者が別途必要**

醤油メーカーE

- **アメリカ系は様々なフィーを設定してメーカーからお金を引っ張ろうとする。明朗会計ではないうえ、請求時期も不安定**
- 値引きを把握するには、**Deductionの構造を理解する必要がある(200枚を超える請求書に記載のDeductionを分析する必要がある)**
- **Deductionを小さくするように、食品卸との交渉も進めている。**該当する減額分を食品卸の広告費等に費やしてもらうという戦略もある。**ただし、多くの事業者において、減額交渉が困難であるのが実情(パワーバランスでは食品卸が強い)**

アメリカ系食品ディストリビュータF

- **アメリカ系食品卸と新規に商流構築するには、ブローカー/セールスレップが通常必要**
- **商品の取り扱いボリュームが非常に大きく、購買客の集客力が強い商品である場合、メーカー側のコスト負担を下げられるケースもあるが、輸入品では難しいのが実情**
- **アメリカ系食品卸は、輸入業務は実施せず、流通業務/ディストリビュートのみ実施**(その為、輸入商品を取り扱う場合、最適な輸入業者を見つけることも海外事業者にとっては重要)

出所：ヒアリング結果を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

アメリカ系食品卸は、販売先の数が多く人件費高額であるため、日系食品卸よりも10%程度マージンが高い傾向

参考)食品卸別のマージンの違い

		価格に占めるマージン*1 (卸関連項目費用)	主要な販売先	特徴
アメリカ系食品卸	ナショナル ディストリビューター	30~35%	全米の小売店舗	• **ディストリビュート(配送)機能しか持たない上、積極的な商品の営業は行わない** *3 • **また、販売先が多く、人件費も高いため、日系卸よりマージンが高額**[*3] • **アカウント(取り扱う事業者)を、リージョン(地域)ごとに管理。**一部のアカウントは、グローバルアカウントと呼ばれ、全米での配送対象となる。そのため、メーカーは一定のボリュームが供給できることが求められる *4
	リージョナル ディストリビューター		特定地域の 小売店舗	• 原則ディストリビュート機能しか持たないが、**事業者によっては、商品の営業を共同で行ってくれるケースもある**[*3] • ナショナルディストリビューターと同様、一定のボリュームが必要であるが、**販売エリアが限定的である分、中小事業者でも対応しやすい**[*3]
日系食品卸		20~25%*2	日系小売店舗	• ディストリビュート機能以外にも、**輸出・通関・保管業務などより包括的な役割を担う**(当マージンは、ディストリビュート機能を依頼した場合の費用) *3 • 現状、**日本産米の主要な取り扱い事業者であり、アメリカへの日本産米の流通には取引が必要** *3

*1：食品卸のマージンは、各社および取扱い商品によって異なるうえ、あくまで参考値とすること
*2：当数値はディストリビュート機能を依頼した場合にかかる費用。輸出機能等を依頼する場合、別途費用が発生
*3：ヒアリング結果を基に作成
*4：「日本企業が成功するための米国食農ビジネスのすべて」、石塚弘記他、2024年、106-133頁

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

3-1. 日本産米のアメリカへの輸出に係るコスト分析

1. 日本産米のコスト構造分析
2. **日本産米の末端価格分析**

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米の末端価格分析

A) 店頭調査結果

B) 販売価格データの分析

C) ヒアリング調査

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米は、日系小売以外では取り扱われていない。
小売のカテゴリーを問わず、各店舗ではアメリカ産米の取扱いが多い

米の小売店での取扱い状況(一部抜粋)

店舗エリア	カテゴリー	事業者名*1	事業概要	取扱品目 (店頭で確認できたもの)
ロサンゼルス	アメリカ系 (ナチュラル系)	① Whole Foods Market	1980年にアメリカのテキサス州で設立され、自然食品およびオーガニックフーズの小売部門で世界最大規模を誇る企業。アメリカ、カナダとイギリスを含めて、270店舗以上を展開	• アメリカ産米
	アメリカ系 (コンベンショナル系)	② Ralphs	アメリカ・カリフォルニアを中心に展開。200以上の店舗数を持つオーガニック系のスーパー。Krogerの関連会社	• アメリカ産米
	日系	③ Marukai Market	2013年にPPIHが株式を100％購入。日本の食料品、日本製の電化製品、日本の雑貨など手広く扱う。都道府県フェアなども開催。オンライン店は無く、店舗近隣在住者への配達のみ実施	• アメリカ産米 • 日本産米
	韓国系	④ H Mart	全米最大のアジア系スーパーで、各地に出店。店舗はアメリカ系スーパー並みに大きい。韓国のハナルム・グループが親会社。韓国のみならずアジアの食品を幅広く取り扱っている	• アメリカ産米 • 韓国産米
サンフランシスコ	アメリカ系 (コンベンショナル系)	⑤ Walmart	アメリカに本社を置く世界最大のスーパーマーケットチェーン。低価格で大量の品物を販売する「薄利多売」戦略で業績を伸ばし、世界最大の売上を誇る	• アメリカ産米
	アメリカ系 (ナチュラル系)	⑥ Sprouts Farmers Market	オーガニック、グルテンフリー、無添加、ビーガンなどの商品に力を入れるスーパー。グローバル食品のコーナーがあり、アジアの調味料、海苔、ラーメンなどを多数販売	• アメリカ産米
	日系	⑦ Marukai Market	上記③に同じ	• アメリカ産米 • 日本産米
	韓国系	⑧ H Mart	上記④に同じ	• アメリカ産米

*1：調査対象店舗は本資料20-21頁に記載。本パートでは一部の事業者を抜粋

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(ロサンゼルス)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	① Whole Foods Market			
産地	アメリカ	アメリカ	アメリカ	アメリカ
品種分類	中粒種	短粒種	長粒種	長粒種
商品名	NISHIKI	Sushi Short Grain	White JASMINE	White BASMATI
価格($)	15.99	14.49	14.49	11.87
内容量(kg)	6.8	2.26	1.8	1.8
単価($/kg)	2.4	6.4	8.1	6.6
米卸業者	JFC	Whole Foods	LUNDBERG	LUNDBERG
卸業者	JFC	Whole Foods	不明	不明
認証表示	Non GMO	Non GMO	USDA Organic Gluten free	USDA Organic Gluten free
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(ロサンゼルス)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	② Ralphs			
産地	アメリカ	アメリカ	アメリカ	アメリカ
品種分類	中粒種	中粒種	中粒種	長粒種
商品名	NISHIKI	Medium Grain Calrose	BOTAN	Canilla
価格($)	10.99	15.49	9.99	7.49
内容量(kg)	2.27	2.26	2.27	2.27
単価($/kg)	4.8	6.9	4.4	3.3
米卸業者	JFC	Wismettac	JFC	Goya
卸業者	JFC	Wismettac	JFC	不明
認証表示	Non GMO	USDA Organic Gluten free	Non GMO	なし
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(ロサンゼルス)：日本産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	③ Marukai Market			
産地	日本(新潟県魚沼)	日本(福島県)	日本(北海道)	日本(宮城県)
品種分類	短粒種	短粒種	短粒種	短粒種
商品名	こしひかり	天のつぶ	ゆめぴりか	ほれぼれ
価格($)	17.99	20.99	27.99	24.99
内容量(kg)	2	5	5	5
単価($/kg)	9.0	4.2	5.6	5.0
米卸業者	神明	パールライス	JFC	PPIH
卸業者	不明	不明	JFC	PPIH
認証表示	なし	なし	なし	なし
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(ロサンゼルス)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	③ Marukai Market			
産地	アメリカ	アメリカ	アメリカ	アメリカ
品種分類	中粒種	中粒種	短粒種	短粒種
商品名	NISHIKI	BOTAN	玉錦	TAMAKI GOLD
価格($)	15.99	4.8	29.99	25.99
内容量(kg)	6.8	7.99	6.8	6.8
単価($/kg)	2.4	0.6	4.4	3.8
米卸業者	JFC	JFC	JFC	Tamaki Rice
卸業者	JFC	JFC	JFC	不明
認証表示	Non GMO	Non GMO	Non GMO	Non GMO
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(ロサンゼルス)：日本産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	(参考) Nijiya Market			
産地	日本(富山県)	日本(北海道)	アメリカ	アメリカ
品種分類	短粒種	短粒種	中粒種	短粒種
商品名	こしひかり	ゆめぴりか	NISHIKI	TAMAKI GOLD
価格($)	19.99	10.49	6.99	12.99
内容量(kg)	5	2	2.27	2
単価($/kg)	4.0	5.2	3.1	6.5
米卸業者	神明	ホクレン	JFC	Tamaki Rice
卸業者	不明	不明	JFC	不明
認証表示	なし	なし	Non GMO	Non GMO
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(ロサンゼルス)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	④ H Mart			
産地	アメリカ	アメリカ	アメリカ	アメリカ
品種分類	中粒種	中粒種	短粒種	短粒種
商品名	NISHIKI	BOTAN	はるはる	TAMAKI GOLD
価格($)	9.99	16.99	10.99	38.99
内容量(kg)	2.27	4.54	6.8	6.8
単価($/kg)	4.4	3.7	1.6	5.7
米卸業者	JFC	JFC	不明	Tamaki Rice
卸業者	JFC	JFC	不明	不明
認証表示	Non GMO	Non GMO	Non GMO	Non GMO
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(サンフランシスコ)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	⑤ Walmart			
産地	アメリカ	アメリカ	アメリカ	アメリカ
品種分類	中粒種	長粒種	長粒種	長粒種
商品名	BOTAN	Canilla	White JASMINE	JASMINE
価格($)	8.98	5.64	8.97	3.38
内容量(kg)	2.27	2.27	2.27	0.9
単価($/kg)	4.0	2.5	4.0	3.8
米卸業者	JFC	GOYA	Walmart	MAHATOMA
卸業者	JFC	不明	不明	不明
認証表示	Non GMO	なし	なし	なし
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(サンフランシスコ)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	⑥ Sprouts Farmers Market			
産地	アメリカ	アメリカ	アメリカ	アメリカ
品種分類	短粒種	長粒種	長粒種	長粒種
商品名	SUSHI Rice	White JASMINE	White BASMATI	White BASMATI
価格($)	9.99	19.99	19.99	8.49
内容量(kg)	0.9	1.8	1.8	0.9
単価($/kg)	11.1	11.1	11.1	9.4
米卸業者	LUNDBERG	LUNDBERG	LUNDBERG	LUNDBERG
卸業者	不明	不明	不明	不明
認証表示	USDA Organic Gluten free	USDA Organic Gluten free	USDA Organic Gluten free	Non GMO Gluten free
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(サンフランシスコ)：日本産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	⑦ Marukai Market			
産地	日本(新潟県)	日本(福島県)	日本(北海道)	日本(宮城県)
品種分類	短粒種	短粒種	短粒種	短粒種
商品名	こしひかり	天のつぶ	ゆめぴりか	ほれぼれ
価格($)	15.99	20.99	27.99	24.99
内容量(kg)	2	5	5	5
単価($/kg)	8.0	4.2	5.6	5.0
米卸業者	神明	パールライス	JFC	PPIH
卸業者	不明	不明	JFC	PPIH
認証表示	なし	なし	なし	なし
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(サンフランシスコ)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	⑦ Marukai Market			
産地	アメリカ	アメリカ	アメリカ	アメリカ
品種分類	中粒種	中粒種	短粒種	短粒種
商品名	NISHIKI	BOTAN	玉錦	TAMAKI GOLD
価格($)	10.99	8.99	10.99	13.99
内容量(kg)	2.27	2.27	2	2
単価($/kg)	4.8	4.0	5.5	7.0
米卸業者	JFC	JFC	JFC	Tamaki Rice
卸業者	JFC	JFC	JFC	不明
認証表示	Non GMO	Non GMO	Non GMO	Non GMO
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(サンフランシスコ)：日本産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	(参考) Nijiya Market			
産地	日本(富山県)	日本(北海道)	アメリカ	アメリカ
品種分類	短粒種	短粒種	中粒種	短粒種
商品名	こしひかり	ゆめぴりか	NISHIKI	TAMAKI GOLD
価格($)	22.99	24.49	8.99	13.99
内容量(kg)	5	2	2.27	2
単価($/kg)	4.6	12.2	4.0	7.0
米卸業者	神明	ホクレン	JFC	Tamaki Rice
卸業者	不明	不明	JFC	不明
認証表示	なし	なし	Non GMO	Non GMO
写真				

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

各店舗の主要な取扱品目は以下の通り

取扱品目(サンフランシスコ)：アメリカ産米

※ 店舗の取扱品目のラインアップにおける代表的な商品を選定

販売場所	⑧ H Mart	
産地	アメリカ	アメリカ
品種分類	中粒種	短粒種
商品名	BOTAN	玉錦
価格($)	16.99	14.99
内容量(kg)	6.8	6.8
単価($/kg)	2.5	2.2
米卸業者	JFC	JFC
卸業者	JFC	JFC
認証表示	Non GMO	Non GMO
写真		

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米の末端価格分析

A) 店頭調査結果

B) 販売価格データの分析

C) ヒアリング調査

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

アメリカ国内での店頭調査で得られた、日本産米(精米)の価格データを用いて、日本産米の流通構造、特に店頭価格の流通経路による影響について分析する

日本産米の販売価格データ分析の観点

分析観点		分析アプローチ
日本産米の販売場所	日本産米(精米)は、アメリカ内のどの小売店舗において入手することができるか？	1 ロサンゼルス及びサンフランシスコを中心に、日系小売を中心としてアジア系や、アメリカ系のコンベンショナル小売、ナチュラル小売を選抜・訪問の上、日本産米の取扱い状況を調査・整理
販売されている日本産米の品揃え	アメリカ国内の小売店において、どういった商品が展開されているのか？	2 取得した商品情報について、取扱品種や包装サイズ、メーカーの分類を整理
販売されている日本産米の価格	小売店舗において販売されている商品の価格分布はどうなっているか？	3 入手した店頭価格の分布を整理し、価格幅を確認
	競合であるアメリカ産米は、日本産米とどの程度価格差があるのか？	4 日系小売の店舗における、カリフォルニア米と日本産米の価格差の有無について検証し、その要因について検討
流通経路による米の価格差*1	取り扱う小売や卸売事業者等の流通経路によって商品に価格差が生じるか？	5 多数の店舗にて販売されている(カリフォルニア米商品)を比較し、日系/非日系での差分、同一事業者での店舗間の差分、店舗が所在する地域の差分の有無について検証

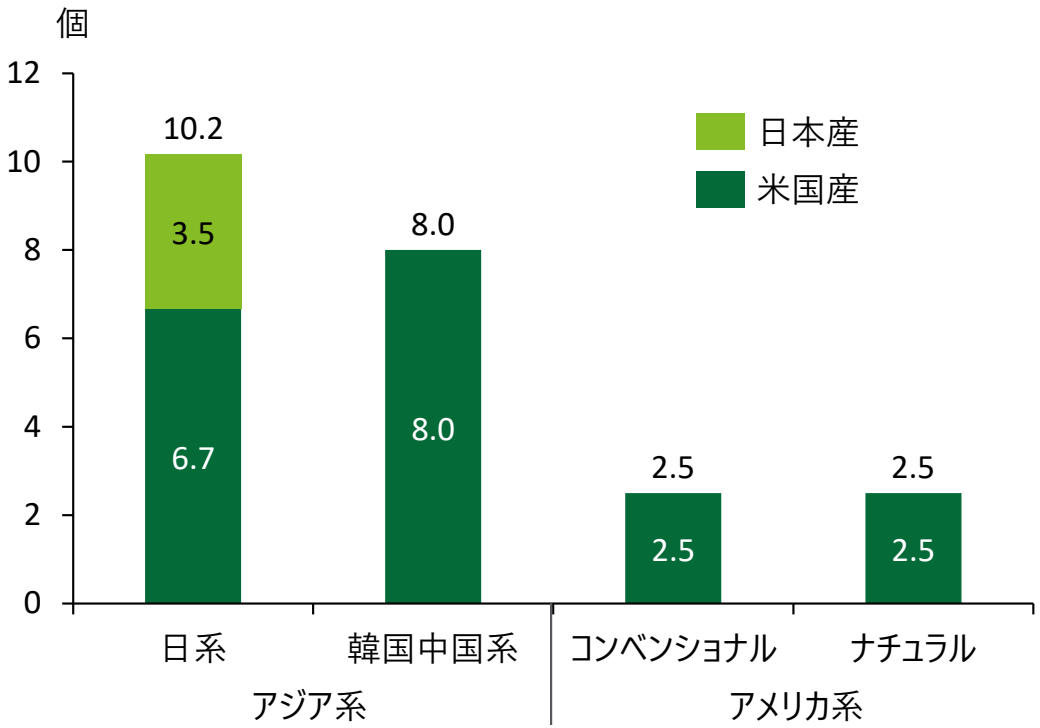
*1：以降のスライドでは10%以上の価格差がある場合に「価格差がある」と定義

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米を販売する小売は日系のみであり、アメリカ国内にて消費者が日本産米を手に取ることができる機会は限られる

1 日本産米の販売場所

カテゴリー別の中粒種短粒種米の
平均取扱商品数*1と産地別の内訳



中粒種短粒種の販売はアジア系小売で多く、
日本産米は日系小売でのみ販売

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成
*1：カテゴリーごとに取扱商品数に大きなばらつきがないため平均値を採用。
中粒種および短粒種米の取扱いのあった16店舗を集計対象
(内訳は日系6、韓国中国系3、アメリカ系コンベンショナル5、アメリカ系ナチュラル2)

カテゴリー別の取扱商品ラインナップ例

		日本産短粒種	アメリカ産短粒種	アメリカ産中粒種
アジア系	日系			
アジア系	韓国中国系			
アメリカ系	コンベンショナル			
アメリカ系	ナチュラル			

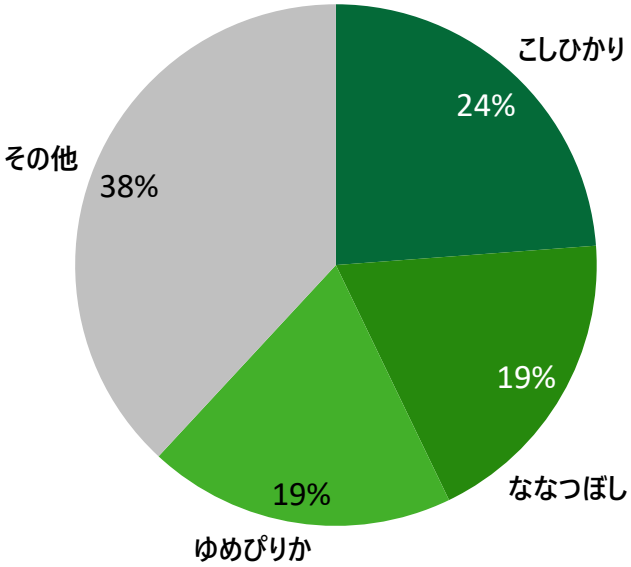
✓ アメリカ産短粒種は、玉錦（JFC商品）がアジア系小売にて、
LUNDBERG(アメリカ産)がアメリカ系小売にてそれぞれ販売
✓ アメリカ産中粒種は、BOTAN（JFC商品）が各店舗で販売

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日系店舗における日本産米は、アメリカ国内でも知名度の高い品種である「こしひかり」の取扱点数が多い。また、神明やJFC、ホクレンによる商品が多い

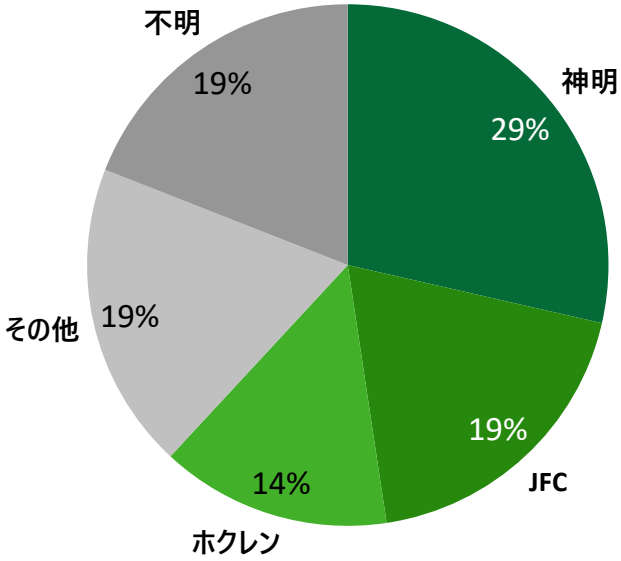
2 アメリカ内の日系店舗における日本産米の品ぞろえ*1

品種



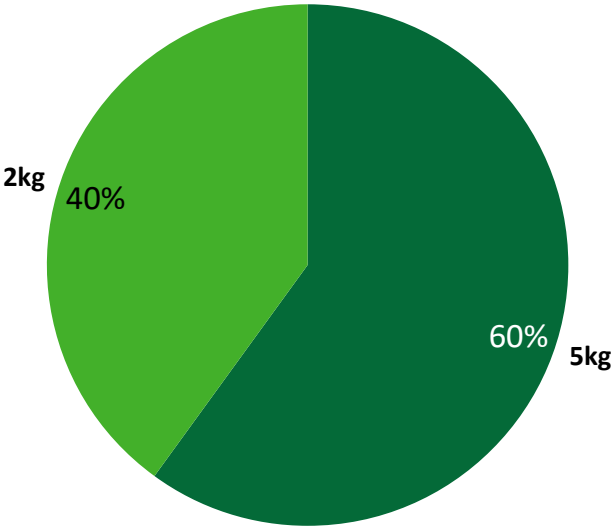
取扱の多い品種は
「**こしひかり**」と「**ななつぼし**」と「**ゆめぴりか**」
(「その他」はすべて異なる品種)

包装業者



取扱の多い包装業者は「**神明**」と「**JFC**」
(「その他」はすべて異なる事業者で構成)

梱包サイズ



流通する日本産米の梱包サイズは「**5kg**」**が主流**

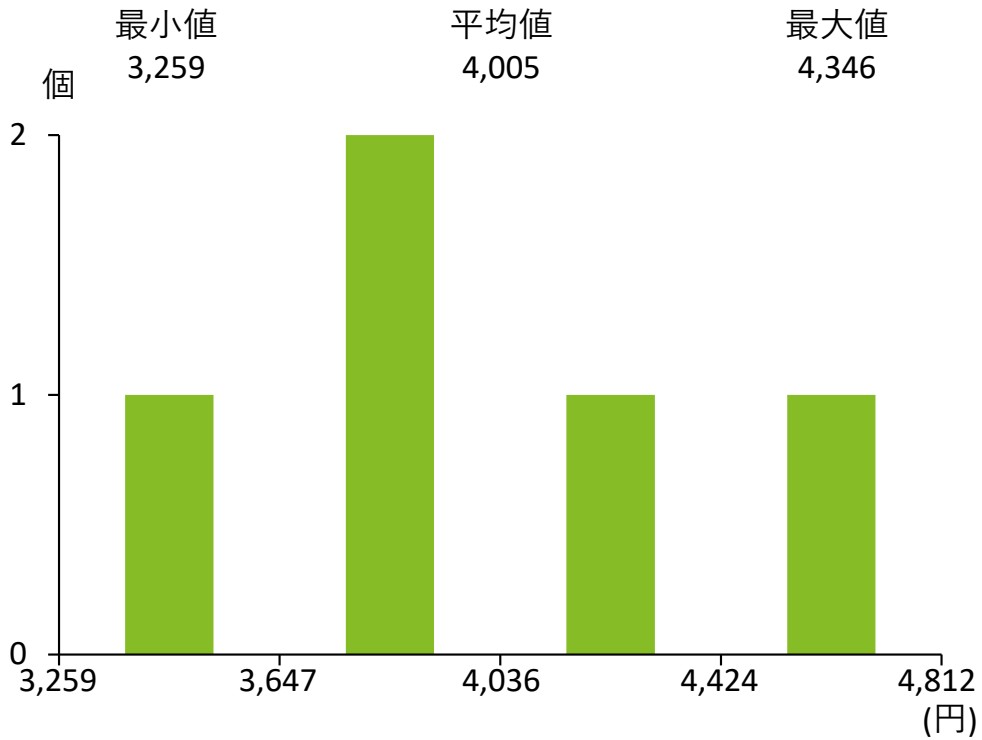
出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成
*1：調査により得られた日本産米の数は延べ26商品(他店舗にある同商品を含む)

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

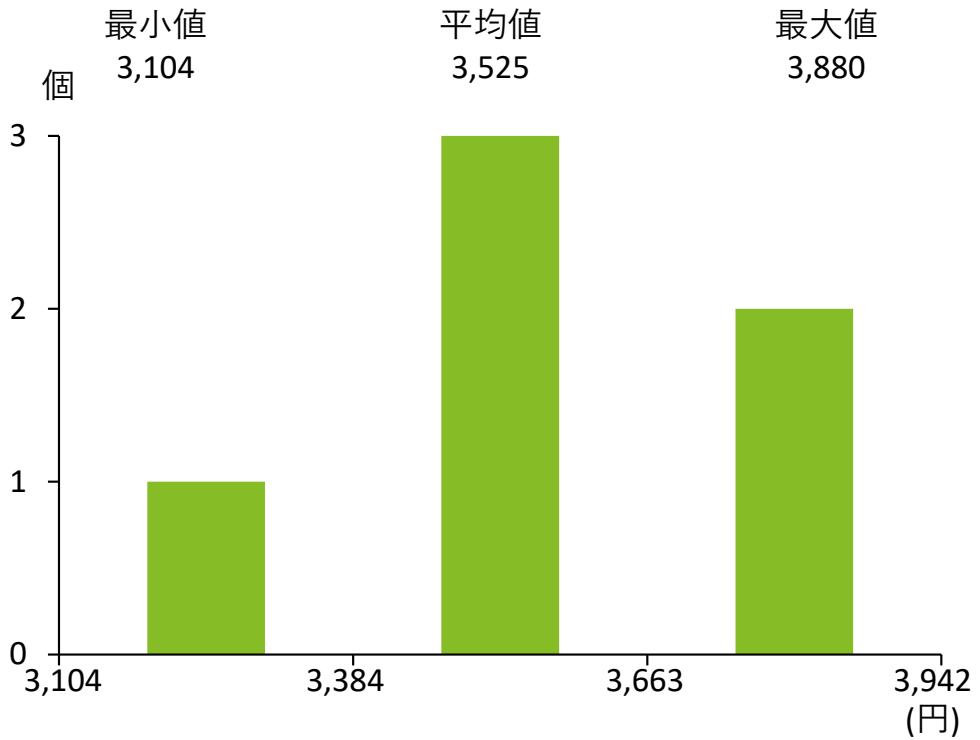
日本産米の価格帯を同一店舗間で比較した結果、5kg袋 3,259～4,346円、2kg袋 3,104～3,880円である。なお、品種やメーカーによる価格の偏りは確認できなかった

3 アメリカで販売されている日本産米の価格分布

日本産米5kg(精米)商品の価格分布*1
(Marukai Japan Town店/ロサンゼルスのケース)



日本産米2kg(精米)商品の価格分布*1
(Nijiya Down Town店/サンフランシスコ のケース)



なお、別途分析の結果、固有の品種やメーカーによる価格の偏り等は確認されていない

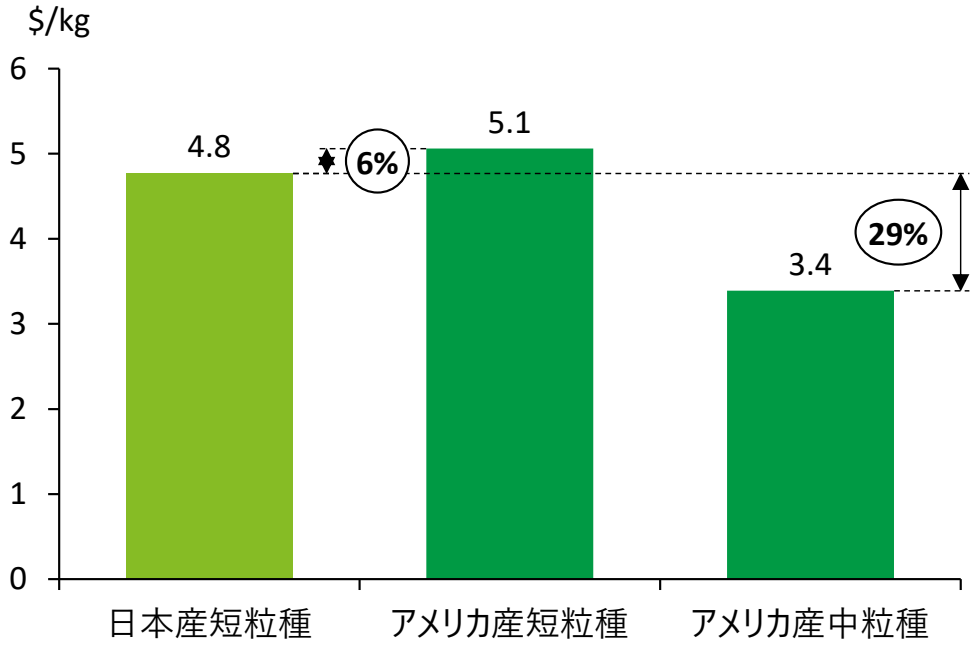
出所： 2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成
*1：販売価格は 1ドル 155.28円(2025年2月3日調査開始日)にて計算。小数第1位を四捨五入。上記の店舗は、5kg袋、2kg袋それぞれにおいて商品数が最も多い店舗を選定

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

調査時点では日本産米の販売単価はアメリカ産短粒種とほぼ同じであった。
一方で、BOTAN等のアメリカ産中粒種と比較すると、日本産米は価格競争力で劣る

4 日本産米とアメリカ産米の価格差

【参考】ロサンゼルスでの店頭調査における、
産地別・種別の精米平均単価*1,2,3



日本産米の価格はアメリカ産短粒種と比較して6%安く、
アメリカ産中粒種と比較して29%高い

日本産米とアメリカ産米の単価差が存在する要因例

日本産米はアメリカ産米と比較して
生産コストが高い*4

日本産米は
輸入コストがかかる*5

日本産米とアメリカ産米の単価差が縮まる要因例

水不足によるアメリカ産米の
生産量低下*5

*1: 梱包容量と地域により単価が異なるため、単価の算出には同地域の5kg袋または10lb袋の商品を使用
*2: 集計に用いた商品数は日本産短粒種10アメリカ産短粒種15アメリカ産中粒種30。各データの四分位範囲外の値を外れ値として集計から除外
*3: 今回調査した店頭商品の価格に基づく参考値であり、アメリカ国内市場全体の傾向を示している結果ではない事に留意
*4:「経営規模・生産コスト等の内外比較」、農林水産省、2024年、1頁
*5: 2025年2月に実施した店頭価格調査とヒアリングを基に作成

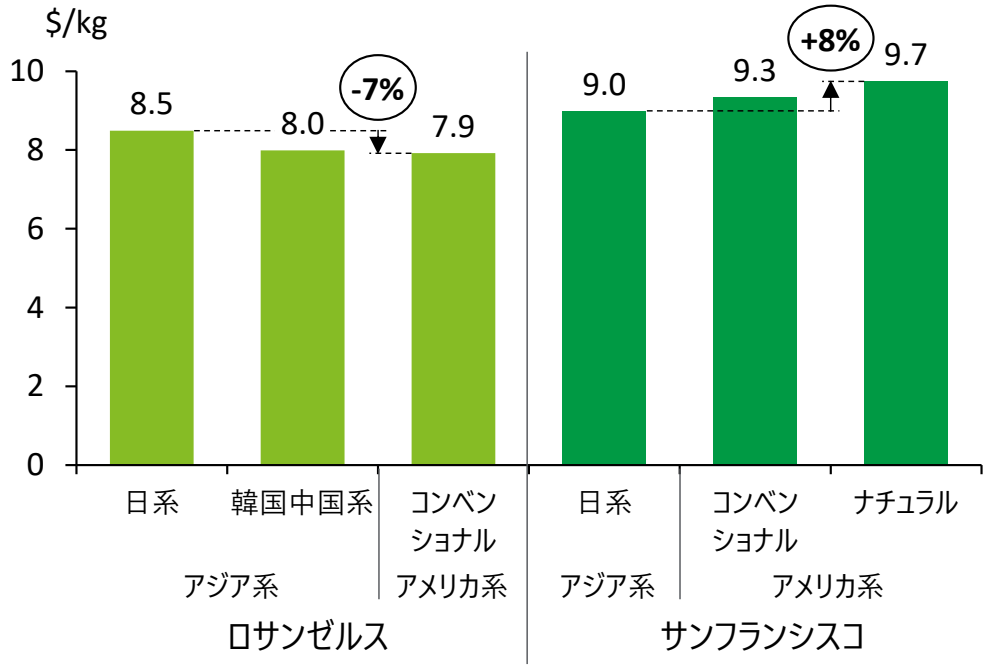
© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

米の小売価格について、同じ地域内の日系・アメリカ系店舗間では、物流の違いに起因する差は顕著ではなく、むしろ、店舗の所在する地域間で10％以上の価格差が確認された

5 流通経路による米の価格差の検証（アメリカ産中粒種のケース）

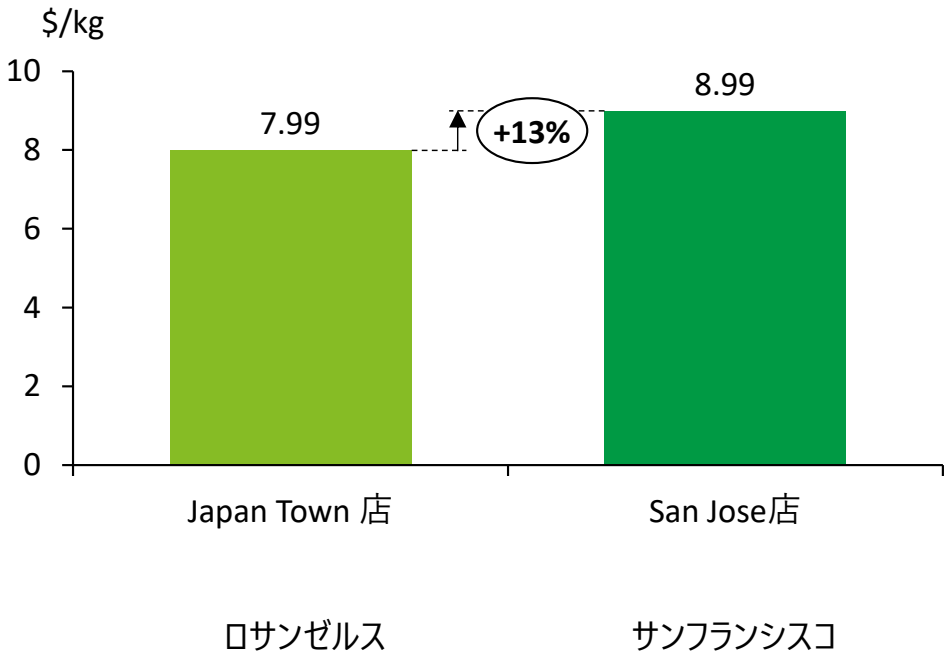
日本産米のアメリカ系小売での販売が確認されなかった点を受け、流通経路による差を検証するためにアメリカ産中粒種の値を使用

【参考】「BOTAN Calrose 5lb」の小売カテゴリー別価格比較*1



同じ地域内では、店舗間の価格差は7～8％程度

【参考】「BOTAN Calrose 5lb」の店舗所在地別価格比較*2



ロサンゼルスにある店舗とサンフランシスコにある店舗について同一商品で比較すると10％以上の価格差を確認

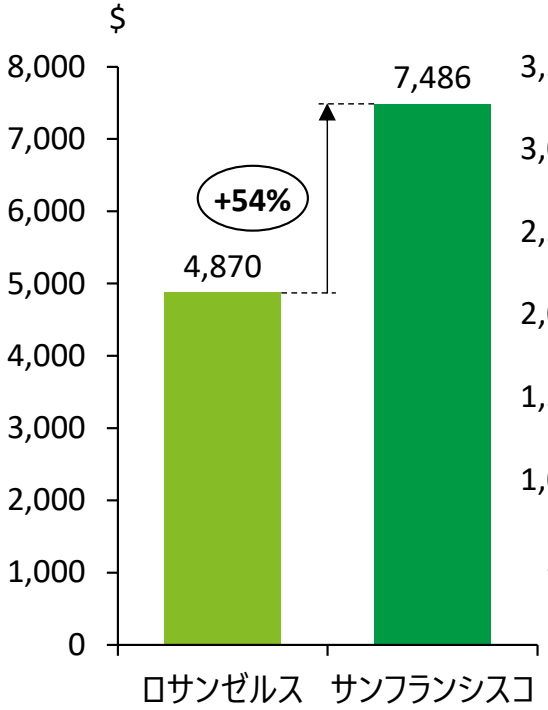
出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成
*1: 価格比較に用いた商品数はロサンゼルスでは、日系2、韓国中国系1、コンベンショナル3、サンフランシスコでは、日系1、コンベンショナル2、ナチュラル2である。N数が少ないため結果は参考に留まる
*2: ロサンゼルスとサンフランシスコの各店舗で同一商品を取り扱っている事業者であるMarukai を対象

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

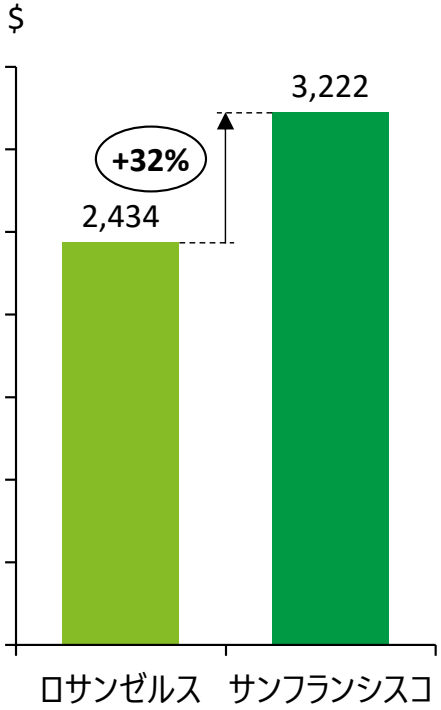
米の店頭での小売価格は、供給側の各種コストの積み上げも考慮しつつ、販売先の需要側の購買力も加味して決定される可能性が示唆される

5 地域による価格差が生じる要因(仮説)

地域別の平均手取月収



地域別の家賃平均
（都市部所在の1bed room月額家賃）



物価に大きな影響を与える月収と家賃を比較すると、
ロサンゼルスと比較してサンフランシスコのほうが高い傾向

ヒアリング調査での発言趣旨

日系小売業者G

日本産米の価格設定について

■ 現地の需要・経済を見据えて売価を決定している。ロサンゼルスとサンフランシスコの間にも価格差を設けている

日系小売業者H

小売事業における価格設定について

■ 販売価格の店舗間の差は、地域・場所によるもの。地域性(賃金など)に合わせて売価を変えている

アメリカの日系小売事業者によると、流通コストも考慮するが、
現地の需要や経済状況を基に価格差を設定しているとの発言

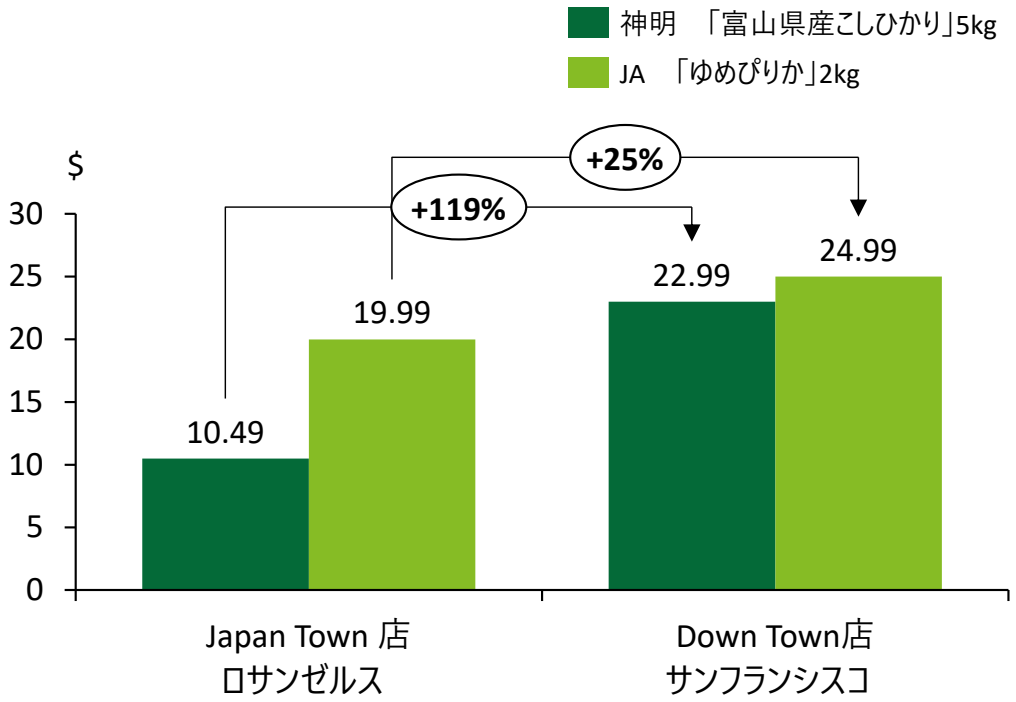
出所：ヒアリングを基に作成
データソース：NUMBEO「Cost of Living」Los Angeles (URL: https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/Los-Angeles) 及びNUMBEO「Cost of Living」San Francisco (URL：https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/San-Francisco)

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米の場合は、アメリカ産中粒種と同様に、地域間の価格差が確認できる事業者も存在するが、価格差がない事業者も存在している点に留意が必要

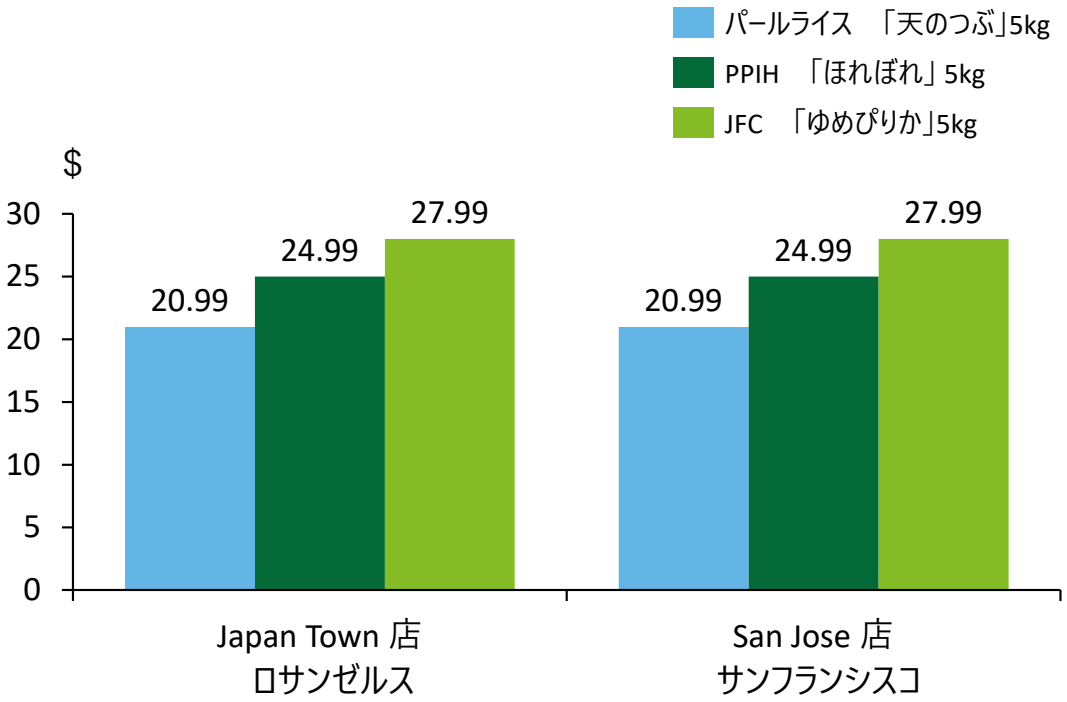
5 【参考】日本産米価格の地域間比較

地域別の日本産米同一商品の価格比較
(「Nijiya」の例)



アメリカ産中粒種と同様にロサンゼルスにある店舗と
サンフランシスコにある店舗の間に価格差がある

地域別の日本産米同一商品の価格比較
(「Marukai」の例)



別の日系店舗を確認すると、ロサンゼルスにある店舗と
サンフランシスコにある店舗の間に価格差がないケースも確認

出所：2025年2月に実施した店頭価格調査を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

アメリカ国内における小売向けの日本産米(精米)の末端価格について、日系/アメリカ系店舗など流通経路の違いによる価格差は顕著に見られず、他の要因も影響していると推察

日本産米の販売価格データ分析 まとめ

	分析観点		分析結果
日本産米の販売場所	日本産米(精米)は、アメリカ内のどの小売店舗において入手することができるか？	1	• 現状、日本産米は日系小売のみで販売 • カリフォルニア産米(中粒種)は、アメリカ系・日系問わずどの小売でも入手可能
販売されている日本産米の品揃え	アメリカ国内の小売店において、どういった商品が展開されているのか？	2	• アメリカで知名度の高い品種である、「こしひかり」の取扱が多い • 神明社による商品の取扱いは多く、品種も多様
販売されている日本産米の価格	小売店舗において販売されている商品の価格分布はどうなっているか？	3	• 価格は、5kg袋で3,259～4,346円程度で販売 • 一定の価格レンジはあるが、ブランドや品種による価格差ではない
	競合であるアメリカ産米は、日本産米とどの程度価格差があるのか？	4	• 調査時点では、日本産米とアメリカ産短粒種で顕著な価格差は存在しなかった • アメリカ産米(中粒種)と比較すると、日本産米の価格は29%高い
流通経路による米の価格差	取り扱う小売や卸売事業者等の流通経路によって商品に価格差が生じるか？	5	• アメリカ産中粒種の同一商品について、日系/非日系店舗の違いによる顕著な価格差は確認されなかった • そのため、取り扱う小売等の流通経路による価格差は想定しにくい • ただし、店舗の所在エリアによって価格差は確認されており、サンフランシスコはロサンゼルスと比較し、10%程価格が高い傾向

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本産米の末端価格分析

A) 店頭調査結果

B) 販売価格データの分析

C) ヒアリング調査

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

アメリカの食品卸事業者、輸出コンサルタント、国内の主要な輸出事業者等に対するヒアリングをオンラインおよびオフラインで実施

ヒアリング調査先リスト

：本パートにて抜粋

#	カテゴリ	ヒアリング先名	主要なヒアリング品目	実施日時(JST)
1	生産者・米卸業者	百笑市場	米	2025/02/04 10:00~11:00
2	米卸業者・輸出業者	木徳神糧	米	2025/02/10 14:00~15:00
3	米卸業者・輸出業者	JA全農インターナショナル（米穀部）	米	2025/01/28 10:00~11:00
4	輸出業者・輸入業者	兼松（穀物部）	米	2025/01/24 13:30~14:30
5	生産者・輸出業者・輸入業者	San J International / 発酵を核とした中小ローカル輸出コンソーシアム	味噌・醤油	2025/02/12 08:00~09:00
6	在米アメリカ系卸売業者	アメリカ系食品ディストリビュータ ※主要食品卸(UNFIとKeHE)及び小売(Whole Foods Market)にて業務歴	米・味噌・醤油	2025/02/12 10:00~11:00
7	在米日系卸売業者・小売業者	PPIH 国内コメ・加工食品担当、海外事業部	米・味噌・醤油	2025/01/31 11:00~12:00 2025/02/12 09:00~10:00
8	在米日系卸売業者・小売業者	カメイ	米・味噌・醤油	2025/01/31 16:00~17:00
9	在米日系フードサービス業者	Kintetsu International Express / Onigiri Sun	米	2025/02/13 09:00~10:00
10	有識者	全米輸エージェント(西海岸担当)	米	2025/02/03 19:30~21:00
11	有識者	JETRO	米・味噌・醤油	2025/02/05 06:30~7:30
12	有識者	グロスペリティ	味噌	2025/01/21 15:00~16:00

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

ヒアリング調査においては、背景および目的、仮説の説明後、事業概要や流通構造、輸出課題等について共有頂いた上で、輸出に占めるコストや輸出拡大の取組についても調査

ヒアリング内容

1. **既存事業について**
    1. 取扱い量および主要な輸出先国
    2. 主要な流通経路および流通パートナー
    3. 販路開拓方法
2. **現状の流通経路の詳細**
    - **卸・輸出事業者の場合**
        1. 国内で利用する精米所および保管倉庫
        2. 輸出先で利用する港
        3. 利用している輸出および食品卸会社
    - **アメリカ食品卸業者の場合**
        1. 具体的な仕入れ先
        2. 具体的な販売先
        3. 倉庫での管理方法
    - **アメリカ小売事業者の場合**
        1. 発注頻度および発注量
        2. アメリカ産品と比較した値段や販売量
        3. 小売業者および消費者の購買トレンド
3. **現状のサプライチェーンにおけるコスト構造**
    - コスト構造全体に占める各事業者のコスト割合・金額の妥当性
    - 小売の店舗に並ぶまでの全体リードタイムの妥当性
    - 個別項目に対するコストイメージ
    - コスト構造における近年の変化
4. **輸出拡大における課題**
    1. サプライチェーンにおける輸出課題
5. **輸出拡大における取組**
    1. 輸出拡大にむけた具体的な取組
    2. 国に期待する支援策

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本の商品は、原則「アジアンフード」として店舗内の一部の棚に陳列される。特に大手小売での当該棚の拡大は実現性が低く、現状では当該棚のシェアを勝ち取ることが必要

アメリカ系小売店舗における日本商品の取扱いスペース

アメリカ系食品ディストリビュータF
※アメリカ系食品卸・小売での
業務経験を有する

- アメリカ系小売においては、**日本の商品はアジアン/エスニックフードの棚で取り扱う**のが主流
- 店舗全体における**アジアンフードの棚は、非常に限定的であり、大手小売では棚の増加は考えにくい**
  その為、日本からの新規商品をアメリカ系小売に仕入れさせるためには、**既存商品の棚をリプレイスする必要があるため、非常に参入障壁が高く、実現性は低い**
- 大手ではない、**特徴を持った中小スーパー**であれば、大手との差別化の為に**アジアフードの棚の大きさも比較的多く持つため、参入余地がある**

アメリカ系小売店舗においては、ほとんど取り扱いがないのが現状。取り扱いのある日本商品は、一部の商品を除いて、**“アジアンフード”の棚に配置**される。棚には、醤油や菓子など、**カテゴリーを問わず多様な日本商品が並べられているだけではなく、中国や韓国の商品も陳列されている**

出所：ヒアリング、現地調査結果を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日系のみでなく、アメリカ系小売でもテイクアウト用の寿司コーナーの設置が増加。定番のカロフォルニアロールのみでなく江戸前風寿司も販売。ただし、カリフォルニア米の使用が主流

ヒアリング結果｜アメリカにおける米のトレンド①：小売店舗内における寿司コーナーの増加

アメリカ系小売におけるSushi Barの増加

在米輸出
コンサルタントJ

日本食の人気が広がっており、アメリカ系小売において、「Sushi Bar」が広がっている
現在は、カリフォルニア米を使用しているケースが多いが、この寿司で**使用される米を日本産米に代替するのは可能性がある**[*1]

アメリカ系
食品ディストリビュータF

アメリカ系小売では、店内でSushiを調理するケースもあるが、**小売事業者向けに店舗内で取り扱うSushiを販売する事業者**も出てきている。
「Zenshi」が有名[*1]

Zenshi Sushiの概要[*2]

寿司の販売事業者で、西海岸・東海岸のみでなく、中西部も含め、**全米の小売にも販売チャネルを持つ。フランチャイズで加盟店を増やしており、3,500を超える店舗に販売**

主要な実績

主要な販売先

RalphsやKroger、Safewayなどアメリカを代表する小売に対する販売実績も豊富

アメリカの小売における寿司の取扱い状況

日本産米の使用は確認できないものの、中食用の寿司はアメリカ系小売で多く見られた ※コンベンショナル系・ナチュラル系共に寿司を販売
寿司の販売事業者から仕入れるケースに加え、店内調理するケースもあり[*1]

Whole Foods Market
(ナチュラル系)

Vons
(コンベンショナル系)

Piazza's Fine Foods
(ナチュラル系)

*1：ヒアリング、現地調査結果を基に作成
*2： Zenshi Sushi「Zenshi Sushi 」、URL： https://www.zenshisushi.com/、（参照：2025年2月25日）

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

手軽かつ低価格な食品としておにぎり人気が拡大。日系小売を中心にしたおにぎりの販売増加に加え、おにぎり専門店も増加し、アメリカ人に楽しまれている

ヒアリング結果｜アメリカにおける米のトレンド②：おにぎりブーム

小売における取扱い状況

日系小売だけでなく、アメリカ系小売においてもおにぎりが販売されている。日系小売の中には、**より新鮮なおにぎりの提供のために店舗精米を行うなど、工夫している店舗も見られた。**アメリカ系小売では、米に味をつけるために**ふりかけを使ったおにぎりを使用する店舗も確認できた**

日系
日本のコンビニ等で見る日本スタイルのおにぎりを販売
Mitsuwaの一部店舗では、店舗精米のお米でおにぎりを提供

アメリカ系
寿司コーナーの一角で店内調理したおにぎりを販売。ふりかけをかけるなど、味のない米に馴染みのないアメリカ人に向けた工夫が確認できる

フードサービスにおける取扱い状況

西海岸や東海岸を中心に、おにぎり専門店が増加。値段は、一つ4~6ドル程度のものが多く、**比較的安価で手軽に消費できるものとして人気。使用する米は、カリフォルニア産米が多いが、日本産米を使用する事業者もおり、日本産米輸出先の候補の一つと考えられる**

日系
日本産米・海苔を使ったおにぎりを販売
アジア系以外のアメリカ人からも人気

アメリカ系
アメリカ系小売と同様、ふりかけを使用したおにぎりを販売。アジア系のみでなく多様なアメリカ人が利用

フードサービス事業者I

- おにぎりは人気が拡大しておりアメリカ進出を目指す事業者もいる
- **消費者も、日本食の流行を受けて、米に接する機会が増え、今までは味を気にしない傾向にあったが、徐々に米のおいしさに敏感になって、「日本米がおいしい」と感じる層が出てきていると思う。日系スーパーのお弁当やお寿司は日本産米の使用も増えている**
- 健康志向の高まりもあるので、**玄米や胚芽米も可能性がある**

出所：ヒアリング、現地調査結果を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

日本食人気やカリフォルニア米の価格高騰を受け、日本産米(短粒種)の需要が増加。米大手米販売会社が短粒種を販売したり、日系レストランでも日本産米への切り替えが進む

ヒアリング結果｜アメリカにおける米のトレンド③：短粒種の需要増加(1/2)

小売業界の変化

アメリカメーカーのSUSHI RICEの取扱い

日本食(寿司)人気を受け、**現地の大手米事業者のLUNDBERGやアメリカ系小売大手のWhole Foodsが寿司で使用するための短粒種を自社ブランドで販売**[*1]

アメリカ系小売店舗で取り扱われる
アメリカ産短粒種(SUSHI RICE)

日系事業者の短粒種の取扱い

日系食品卸のJFCは、自社ブランドのアメリカ産米(錦など)である中粒種の販売に注力していたが、に**日本産米短粒種の人気を受け、2023年後半から北海道産の「ゆめぴりか」「ななつぼし」の取扱いを開始**[*1]

日系小売店舗で取り扱われる
日本産短粒種

フードサービス業界の変化

アメリカ産中粒種から日本産短粒種への切り替え

日系レストランのうち、アメリカ産のカルローズ米を使用していた事業者が、**カリフォルニア米の高騰や、より高品質な米を求める傾向**から、**日本産米の使用に切り替えるケースが出てきている**[*1]

大戸屋 USA

- 2019年9月より、カリフォルニア産ジャポニカ米から切り替えて、日本直輸入の米(新潟県産こしいぶき)の導入を開始[*2]

フードサービス事業者I

- **寿司などの米自体の味が重要な料理を扱っている店は日本米を使用している割合が高い。このトレンドは今後も続く見通し**
- 一方でチャーハンや丼など、味のある米を好む傾向が強く、そのような店はカリフォルニア米が主流[*1]

*1： ヒアリング、現地調査結果を基に作成
*2：ニューヨークビズ！「大戸屋 日本産米に変え、さらに美味しく」（URL：https://nybiz.nyc/ny-news/ootoya_20200101/ ）

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

Weee!などのアジア系食品専門のECサイトの他、アメリカで精米された日本米をECサイトで販売する事業者も存在。ECサイトが、短粒種を購入する主要なチャネルの一つとなっている

ヒアリング結果｜アメリカにおける米のトレンド③：短粒種の需要増加(2/2)

EC業界の変化

行政機関K

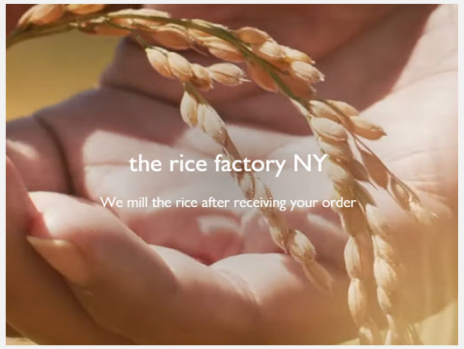
- アメリカでは、Weee!などの**アジア食品専門のECサイトで日本産米を含めたアジア系の食材が購入可能**[*1]
- **ECであれば、こだわりの商品を売る機会をオンラインで作れるのではないか**[*1]

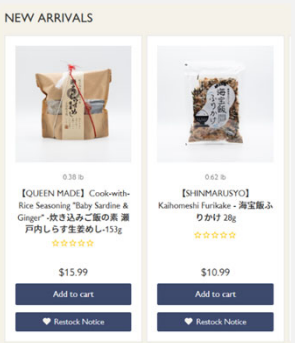
在米輸出
コンサルタントJ

- 日本産玄米を、アメリカ国内の自社精米所で精米し、ニューヨークやロサンゼルスのレストランや一般消費者に販売する事業者もいる(the rice factory NEW YORK)[*1]
- **品質が高い分、ブランド化して販売しており、より高値で取引をしている**[*1]

the rice factory NEW YORK

日本米の販売専門店。日本全国から厳選した日本産米を自社輸入。**日本産米をブランド米として販売**し、自社店舗での小売販売の他、レストランへの卸、**自社サイトからのオンライン販売にも注力**[*2]





*1：ヒアリング、現地調査結果を基に作成
*2：「the rice factory NEW YORK」、URL： https://trf-ny.com/?srsltid=AfmBOopvprvBcb3Iq-2YUNmMHBAGluaRGk2JcFlh0u_IngZVIG-moHCG （参照：2025年2月25日）

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

国内の主要な米卸兼輸出事業者からは、アメリカでの日本産米需要が高まっている状況下で、機会損失に繋がらないよう輸出向けの米の生産支援が喫緊の課題として挙げられた

ヒアリング結果｜国内主要米卸・輸出事業者：アメリカ輸出における取組および課題(1/2)

	米卸業者A	米卸業者B
アメリカへの輸出状況	• 北米は日系小売業者B+韓国系事業者経由でアメリカに輸出。**フードサービス向けが多い** • **東海岸の大学の中にある食堂やお寿司を販売する飲食業にも米を卸売**	• **近年、円安とカリフォルニア産米中粒種不作による価格高騰を受け、飲食向けチャネルを中心にアメリカの輸出が増加** • 日本産米と**比較的価格差の小さいアメリカ産短粒種を取り扱うレストランを中心に営業活動している**
輸出コスト低減に向けた取組	• 輸出の差別化の取組として、仲卸を省いて、生産者にコストメリットを提示し直接仕入れ • 輸出米の精米工場を設立し、輸出に必要な認証取得や他社に委託していた業務の内製化に成功	• 国内流通においては、産地での精米や産地に近い港での搬送で輸送ルートを最適化 • 輸出先に応じて、より安価な現地の包装業者に委託 • 鮮魚など米以外のものとの混載輸送を実施
輸出拡大における課題	• 輸出国の規制や取引先の要望に対応するための**仕様変更に手間がかかる** • **販路開拓においては、価格差が一番の障壁。米はコモディティであり、付加価値のつけ方が非常に難しく、販路開拓に繋がらない**	• **コストには表れにくいが、取引先によって要望が異なる仕様(使用する資材・容量・パッケージなど)への対応が手間** • **米の生産原価が高く数量が足りていないのが、輸出拡大の大きなネックになっている。実際にアメリカ系大手小売と商談をした際も、数量が賄えず商談が先に進まなかった** • **国内で物量を集めた後の国内倉庫の保管費用**
求める支援策	• 輸出産地側の継続的な支援を希望。**輸出向けの米の生産量が減ってしまえば機会損失になるため、生産コストや国内の流通経費削減に繋がるようなハードやソフト面での支援を望む**	• **輸出向けの米の生産支援が最も現場で必要** • **数量が増える秋以降の保管費用の支援も望ましい**

出所：ヒアリング結果を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

生産支援の方が課題感は強いものの、船便による長期輸送時のための真空パックや現地保管時の共同冷蔵保管倉庫など品質維持のための施設導入を求める声も確認できた

ヒアリング結果｜国内主要米卸・輸出事業者：アメリカ輸出における取組および課題(2/2)

	輸出業者D	輸出業者C
アメリカへの輸出状況	• メインは、アジアと欧州向けであるため、定期的なアメリカへの輸出は行っていないものの、日系事業者に向けて日本米をコンテナで輸出した実績はある(**おにぎりに使うための米で、現地のフードサービスに販売されたとのこと**)	• **他の国内事業者や日系食品卸を介して、アメリカへ輸出** • **現地の炊飯事業者に直接販売しているケースも**
輸出コスト低減に向けた取組	• 船便による混載輸送	• フルコンテナ(15~40t)を仕立てて、輸送単価を低減
輸出拡大における課題	• **現地保管時に低温管理ができていないため、品質悪化(おそらくアメリカにおいても発生しているのではないか)**。結果として、少量を高頻度で送付している(コスト高に繋がっている)	• **米の安定調達が難しい。**JAのネットワークを活用していろんなところから調達をしているが、数量面が安定しない。卸業者間での競争が激化している • 小規模事業者は、**外部の倉庫会社に米を預けているので、最適な品質管理がされていない**
求める支援策	• 日本産米の精米工場において、**真空パックができる施設の導入ができるとよい**。**鮮度維持のために真空パックが求められるが、日本では真空パックに対応した精米工場が少ない** • もしくは、**現地での共同保管施設があるとよい**	• **現地倉庫での常温管理は虫の発生に繋がるので、現地での冷蔵保管をサポートできるとよい**

出所：ヒアリング結果を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

現地の日系小売事業者からも日本米の生産者支援を求める声は強い。日本産米のニーズが堅調であることと、日本米の価格高騰への懸念がヒアリング結果からも伺える

ヒアリング結果｜在米日系食品卸・日系小売の抱える課題

米以外の加工食品全般についても記載

	日系小売業者G (米・加工食品担当)	日系小売業者H
アメリカでの事業内容	• 日系小売 (日系食品卸から仕入れ)、およびアメリカのナチュラル系小売(アメリカ系食品卸から仕入れ)を運営	• 日系食品卸及び日系小売を運営
輸出コスト低減に向けた取組	• 特になし	• 特になし
輸出拡大における課題	• **食品全般：他国の品質が悪い商品と同様に並べられ、Made in Japanの高品質が伝わりにくい**	• **食品全般：アメリカ系小売とのアポイントが取れない上、彼らとの取引コストが非常に高い** • **食品全般：アメリカで流通規制に対応するための商品表示に必要なステッカーなどの付与に工数がかかる**
求める支援策	• **米：生産者の利益確保が必要。国内港までの輸送費のコスト支援や大規模な産地形成を通じた輸出向け米の供給量増加を生産者が儲かる仕組みで実現してほしい**	• 特になし

出所：ヒアリング結果を基に作成

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.