

## 令和5年度第1回海外経済セミナー

「アメリカの食品市場における現状と販路拡大のヒント」を開催しました

### 【概要】

令和5年(2023年)6月8日(木)、日本とアメリカをオンラインでつなぎ、令和5年度第1回海外経済セミナーを開催しました。

現在、アメリカ経済は好調な個人消費を背景に堅調に推移する中、依然インフレ傾向は続いております。こうしたアメリカの経済環境を踏まえ、アメリカの食ビジネスの現状や、現地での商品トレンドについての情報を的確に把握することは、アメリカ市場への販路開拓にとって欠かせないものです。

今回のセミナーでは、「アメリカの食品市場における現状と販路拡大のヒント」をテーマに、「食品」から見るアメリカ市場の最新事情及び基礎知識、並びに日本食品の流通状況や課題について、第一線で活躍されている方々を講師としてお迎えし、具体事例なども交えながらご講演いただきました。

### セミナープログラム (令和5年6月8日(木)開催)

#### 講演1 「アメリカ食品市場の基礎情報」

独立行政法人 日本貿易振興機構 (JETRO) ロサンゼルス 米国輸出支援プラットフォーム  
事務局長 木村 恒太 氏

#### 講演2 「現地スーパーの商品トレンドとPR時のポイント」

日本食文化振興協会 (JFCA)  
事務局長 二見 義之 氏

### 【講演1】「アメリカ食品市場の基礎情報」

ロサンゼルス在住で、独立行政法人 日本貿易振興機構 (JETRO) ロサンゼルス 米国輸出支援プラットフォーム 事務局長 木村 恒太様より、海外有望市場商流調査 (米国) 及び「米国向け農林水産物・食品の輸出に関するカントリーレポート」を踏まえ、食品に関するアメリカ市場の最新事情及び基礎知識、並びに日本食品の流通状況に関してご講演いただきました。

#### 1 米国について

##### (1) 米国の広さ

##### (2) 米国の人種構成

- ・2020年人種グループとしては白人58%、ヒスパニック19%、アフリカ系12%、アジア系7%だが、2045年予測では、白人50%、ヒスパニック25%に変化する見込み。

##### (3) 米国の平均世帯所得

- ・2020年における平均世帯所得は\$67,521だが、世帯所得分布を見ると、様々な所得層に分布しており、アメリカの多様性を見て取ることができる。

#### 2 米国の食品市場

##### (1) 米国の食品輸入状況

- ・2021年輸入国別シェアでは、メキシコが首位(22%)、カナダ(17%)、フランス(4%)と続く。輸入品目別に見ると、飲料(18%)、魚介類(17%)、果物(12%)がトップ3。

(2) 米国の肉とお米の消費動向

- ・ 1人当たり肉類の年間消費量の推移としては、鶏肉の伸びが著しい。また、1人当たりコメの年間消費量も年々増加している。

(3) 米国のオーガニック市場

- ・ オーガニック食品を輸入する消費者の割合は全米平均 82%となっており、カリフォルニア州やワシントン州が位置する西部、マサチューセッツ州やコネチカット州等の北東部は特に購入率が高い傾向にある。

3 米国の日本食市場

(1) 米国の食品輸入の動向

- ・ 2010年から2021年の間で輸入額は2倍近く増加している。主な日本からの輸入品は、焼き菓子等、蒸留酒、調味料・ソース、お茶、食品加工品など

(2) 日本食を好む消費者層

- ・ 「アジア系」、「若年層」、「西部・北東部在住」、「日本文化に興味」といった特徴が挙げられる。

(3) 州別の日本食レストラン数

- ・ 多い順トップ5は、カリフォルニア州、ニューヨーク州、フロリダ州、テキサス州、ワシントン州（22年順位）

**2. 米国の食品市場**

**(1) 米国の食品輸入状況**

輸入国別シェア (2021年)

メキシコ	37%
カナダ	17%
アメリカ	13%
オーストラリア	2%
インド	2%
中国	2%
インドネシア	2%
その他の国	2%

輸入品目別シェア (2021年)

食糧作物	25%
加工食品、その他	15%
畜産物	13%
乳製品	12%
小麦製品	12%
飲料	12%
ココア・チョコレート	8%
砂糖・菓子類	7%
調味料	7%
畜産	7%
コーヒー・茶葉	5%
果物	5%
油脂	2%
その他	2%

**3. 米国の日本食市場**

**(2) 日本食を好む消費者層**

※日本食を好む消費者層に「アジア系」、「若年層」、「西部・北東部在住」、「日本文化に興味」といった特徴がみられる。

<p><b>アジア系</b></p> <p>食の嗜好がアジア系食品を好む傾向があり、日本食に次ぐ人気も高い。日本食に次ぐ人気も高い。日本食に次ぐ人気も高い。</p> <p>全米に在住するアジア系人口は 2,000万人</p>	<p><b>若年層</b></p> <p>18歳未満の若年層は、食の嗜好がアジア系食品を好む傾向があり、日本食に次ぐ人気も高い。日本食に次ぐ人気も高い。</p> <p>全米に在住する18歳未満の人口は 3,500万人</p>	<p><b>西部・北東部在住</b></p> <p>日本の食文化を好む傾向があり、日本食に次ぐ人気も高い。日本食に次ぐ人気も高い。</p> <p>全米の西部・北東部の人口は 1,000万人</p>	<p><b>日本文化に興味</b></p> <p>日本食を好む傾向があり、日本食に次ぐ人気も高い。日本食に次ぐ人気も高い。</p> <p>全米の日本文化に興味を持つ人口は 1,700万人</p>
--	--	--	---

#### 4 米国の食品流通

##### (1) 日本から食品流通の構造

- ・ 配送機能を持つ大手グループか否かで対応が異なる。

##### (2) 日系食品商社について

- ・ 輸入業、商品開発、卸売業、配送業の連関により流通経路が構築される

##### (3) 日系飲食店について

##### (4) 日系スーパーについて

#### 5 米国の食品規制

##### (1) 米国（本土）向け植物検疫条件

##### (2) 米国向け動物検疫

- ・ 米国向けに輸出が可能な生鮮の畜産物は、牛肉と殻付き卵のみ。

##### (3) 食品安全強化法（FSMA）

#### 6 米国輸出支援プラットフォーム

##### (1) 設置地域

##### (2) 米国輸出支援プラットフォーム事業（ご案内）

### 【講演2】「現地スーパーの商品トレンドとPR時のポイント」

ロサンゼルス在住で、日本食文化振興協会（JFCA）事務局長である二見様より、アメリカにおける日系スーパーの進出状況や日本食品の流通状況、現地での効果的なPR等についてご講演いただきました。

#### 1 米国の日系スーパー

- ・ 各社の創業時期、都市、変遷
- ・ 店舗数 全米：59、西海岸全域：34（うちカリフォルニア州：30）、東海岸全域：17（うちNY州9）\*DAIS085、個人商店を除く

#### 2 東海岸の日系大型店舗

- ・ サンライズマート、ミツワニュージャージー店（店舗形態、立地環境、来店客層、市場性の比較）
- ・ Japan Village の紹介とコロナ禍前後における JAPAN VILLAGE への来店客数の推移（サンライズマートはコロナ禍の影響は殆ど受けず、堅調に推移）

#### 3 商品トレンドと消費のリーダー

- ・ 今回の講演で取り上げたスーパーマーケットにおける売れ筋の人気商品ベスト6紹介（ロールケーキ、清涼飲料水、スナック、日本産ブランド米のパックライス、和歌山県産無添加梅干し、宮崎県産乾燥しいたけ）
- ・ レストラン／フードコートにおける売れ筋の人気商品ベスト6紹介（とんこつベースのラーメン、注文を受けてから握る手作りおにぎり、うどん・そば、ベーカリーショップ、天ぷら・総菜、どんぶりもの）
- ・ 米国での食物アレルギー原材料は、日本ではポピュラーな「そば」がなく、魚（サーモン）とセサミが含まれた9品目。アレルギーは宗教上の理由だけでなく、グルテンフリーなどと同様に命の危険を伴うリスクもあるため、成分表示と併せて正しい理解と分かり易い表示などの対応が求められる。

#### 4 催事におけるPRのポイント

令和4年度クレー主催「日本ふるさと名産食品展 in ニューヨーク」を参考事例として

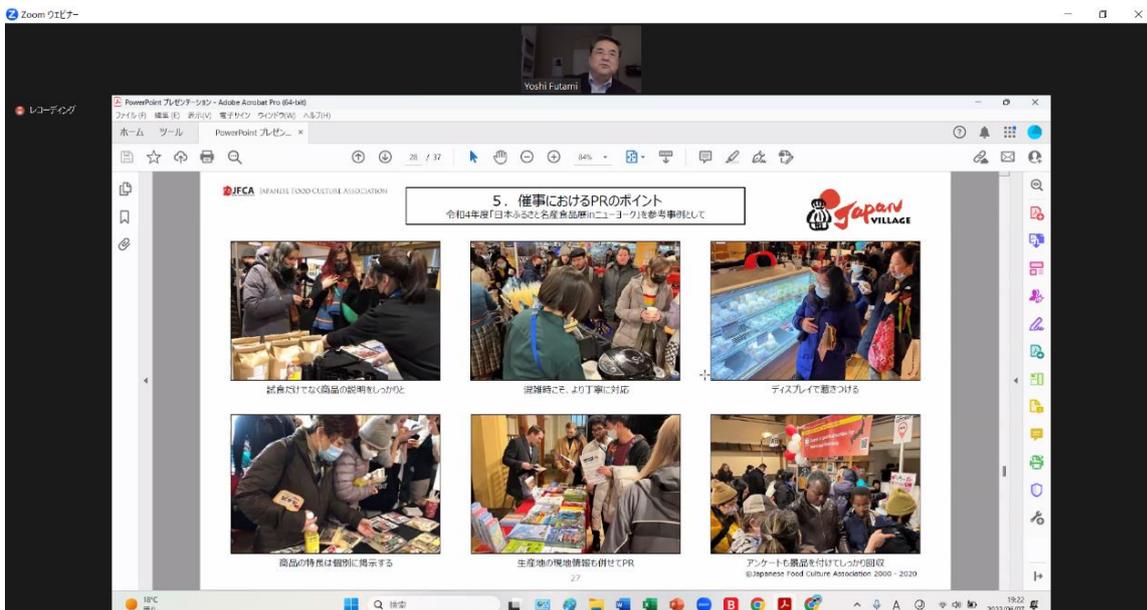
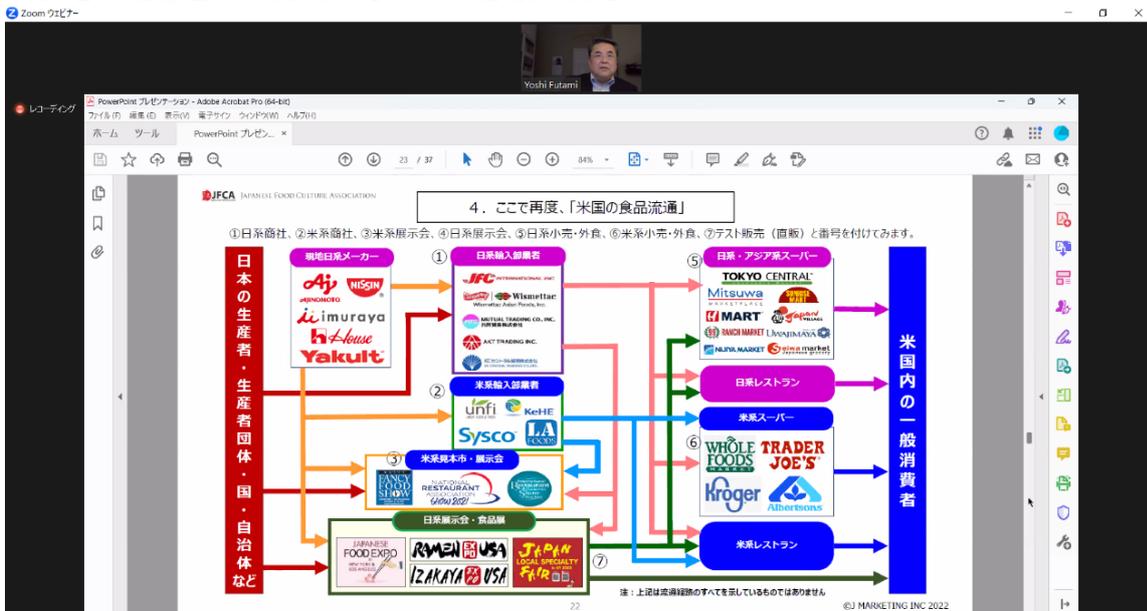
- ・開催期間中は初日から継続的にInstagramへ投稿、前日の投稿や動画を見た近隣の人々が翌日に会場へ足を運んでさらに投稿するといった相乗効果が多くみられた。
- ・試食だけでなく商品の説明をしっかりと行うことや、商品の長所は個別に掲示するという対応も重要になる。

#### 5 米国の食品流通

- ・コロナ前までは「米国輸出の障壁」と言えばFDA 対応や成分を対象とした輸入規制が主なトピックだったが、現状では、それらは前提の話として、むしろ現地での販路や商流の確立が焦点となっている。
- ・販路を開拓するのにB-to-Bだけに頼るのではなく、自ら現地へ足を運び、販売体験や営業を通して実績を積み上げることが重要。B-to-Bはお客（スーパーマーケット、レストランなど）が購入したいという要望や注文に対応するためのもので、実績なくして商流の構築はあり得ない。

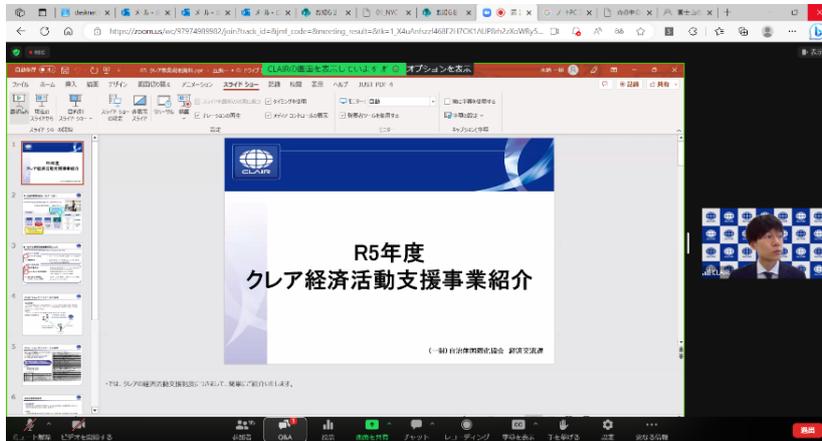
#### 6 まとめ

- ・現地へ足を運んで挑戦することに意義がある。



## 【クレア事業説明】

自治体国際化協会 経済交流課の米納から、当課の事業概要並びに「令和5年度 日本ふるさと名産食品展 in ニューヨーク」に関する募集告知を行いました。



## 【最後に】

今回のセミナーは総勢 104 名の方にご参加いただきました。事後アンケートでは「最新の現地情報が聞けて参考になった」「人気食品のランキングや検疫など分かりやすい角度も含めてお話しいただき、具体的なイメージが湧いた」「北米進出の検討をするにあたり、どこから始めればよいのかがわかりやすく勉強になった」など、同様のテーマを取り上げた昨年の意見も反映することで、これまで以上に高い評価をいただきました。

クレア経済交流課では、今後とも関係各所と協力・連携しながら、自治体に役立つ経済情報を提供してまいります。次回は8月上旬に「インバウンド誘致における広報戦略(仮)」と題したオンラインセミナーを予定しております。ぜひご参加ください！

(経済交流課 米納)