

10 米国

USA

基礎データ	人口	3億3,329万人(2022年)	日本との関係	日系企業数	8,673社(2022年)
	名目GDP	25兆4,397億米ドル(2022年)		在留邦人数	41万4,615人(2023年)
	1人当たり名目GDP	76,330ドル(2022年)		日本食レストラン数	26,040店舗(2023年)
	実質GDP成長率	1.9%(2022年)			

1 市場の特性と消費の動向

日本産米の競合は、カリフォルニア州で生産される中・短粒種

A 市場の特性

米国のコメ生産量のうち、約7割は長粒種であり、中・短粒種は3割程度を占めると考えられています。日本産米と競合するのは中・短粒種であり、そのほとんどはカリフォルニア州で生産されています(2022年は約150万トン)。米国はまた、世界最大のジャポニカ米の輸出国ですが、近年の干ばつによる水不足、競合作物への転換などが原因で、作付面積及び生産量は2022年頃まで減少傾向にありました。

他方、米国は年間100万トン以上のコメを輸入しており、その大半は長粒種です。為替の影響もあり、近年、日本から米国へのコメの輸出量は増えています。

B 消費の動向

米国農務省によれば、2022年の米国におけるコメの消費量は約461万トンで、1人当たり約13.8kgとなっています。特に「ミレニアル世代」と呼ばれる80年代から2000年までに生まれた人々のコメの消費量が米国におけるコメの消費量の35%を占めており、最大の消費層となっています。米国ではアジア料理の他、中南米料理も人気があり、ライス&ビーンズやメキシカンライスなどのメニューでコメの消費量に寄与しています。

ジャポニカ米は日本料理や韓国料理などを中心に消費されていますが、USライス連合会(米国におけるコメの業界団体)によれば、米国で消費される寿司の95%は米国産の中・短粒種となっています。日本産米の使用はまだ一部の高級レストランが中心で、開拓の余地があると言えます。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

MY(7月~翌6月)	2021	2022	2023
生産量(千トン)	6,066	5,082	6,931
消費量(千トン)	4,741	4,607	5,144
輸出量(千トン)	2,650	2,042	2,699
輸入量(千トン)	1,199	1,267	1,334

(出典)USDA(精米ベース) 2024年1月30日時点

表-2 日本からのコメの輸出状況

暦年	2021	2022	2023
輸出量(トン)	2,244	4,459	6,883
輸出単価(円/kg)	279	262	257

表-3 日本からの米菓の輸出状況

暦年	2021	2022	2023
輸出量(トン)	1,411	1,274	1,294
輸出単価(円/kg)	1,034	1,207	1,263

表-4 日本からの包装米飯等の輸出状況

暦年	2021	2022	2023
輸出量(トン)	454	545	635
輸出単価(円/kg)	389	467	538

表-5 日本からの米粉の輸出状況

暦年	2021	2022	2023
輸出量(トン)	0	34	20
輸出単価(円/kg)	0	382	437

(出典)財務省「貿易統計」(政府による食糧援助を除く) 2024年1月30日時点

コメの主な輸入先国・地域

タイ、インド、中国、ブラジル、パキスタン、ベトナム、オーストラリア、アルゼンチン、スペイン、カナダ、イタリア、日本

2

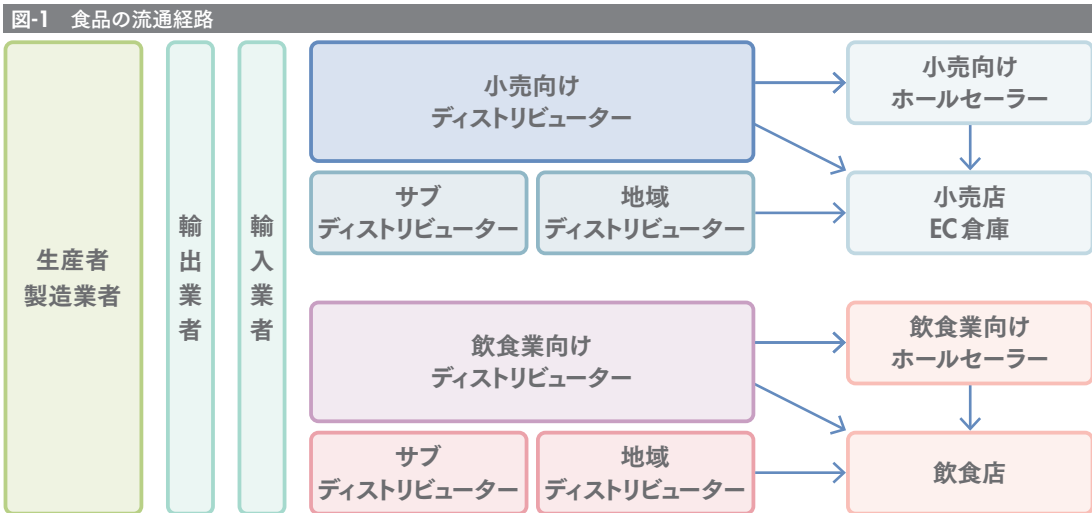
流通チャネルと取引慣行

日本から米国の店頭へ並ぶまで2か月半

A 日本産米の流通経路

アメリカの食品流通システムは非常に複雑で、食品が消費者に届くまでには複数の流通経路をたどります。日本産米は、日本の輸出業者から、日系の現地卸売業者等を通じて、小売業者へ販売される場合が多いようです。日本の輸出業者から直接購入している現地の小売業者は少ないのが現状です。

なお、インタビューによれば、各段階におけるそれぞれのマージン(利益幅)は輸入業者約30%、卸業者約30～35%、小売業者約30%となっています。



出典)JETRO「海外有望市場商流調査(米国)2022年3月」より

B 取引慣行

日本産米が日本の生産者／卸売業者から輸出され、米国(ニューヨーク)の小売店舗に並ぶまでに約2か月半かかります。ニューヨークやロサンゼルスでは、日系卸により流通網が整備されており、日本食マーケット(日系小売店や日本食レストラン)への物流上の大きな障壁はないと言えます。しかし、業界関係者によれば、日本で精米した後に輸出した場合、流通過程において、品質劣化が進む懸念があります。この課題に対処するため、近年では日本から玄米を輸入し、現地で精米する輸出業者が出てきています。

3

関税割当枠と関税

コメ及びコメ加工品は日米貿易協定の対象外

■ 関税割当枠

米国において輸入数量制限品目に該当する品目はありません。

また、コメ、包装米飯、米菓、米粉のいずれも関税割当品目には含まれていません。

■ 関税

精米(HSコード：1006.30.90)……………0.014米ドル/kg

包装米飯(HSコード：1904.90.01)………14%

米菓(HSコード：1905.90.90)……………4.5%

米粉(HSコード：1102.90.25)……………0.0009 USD/kg

なお、2020年1月1日に発効した日米貿易協定において、コメ・包装米飯・米菓・米粉は関税削減・撤廃の対象ではありません。

4 検疫制度と食品規制

輸入許可、植物検疫証明書は不要

A 検疫制度

精米・玄米・米粉いずれも日本での輸出検査は不要であり、米国農務省(USDA)の輸入許可証も不要ですが、同省の検査(病害虫、有害雑草)の対象となります。

他方、全ての食品は米国食品医薬品局(FDA)への食品施設登録が必要となります。精米を輸出する場合は梱包・保管施設が登録の対象となります。玄米を輸出する場合、農家・生産者組合が梱包施設として登録の対象となります。また、常温の密封容器入りパックご飯については、食品施設登録のほかに食品缶詰施設(FCE)登録と製造工程情報の提出(SID)が必要です。

B 食品規制

■ 製品表示の内容

① 主要表示パネル(包装の正面中央)記載事項

- a. 食品名称 / 識別事項
- b. 内容量・正味重量

② 情報パネル(裏面や側面)記載事項

- c. 製造業者、包装業者、流通業者のいずれかの名称と住所
- d. 原材料名〔未加工のコメの場合は必要なし。ただし、2種類以上の原材料(添加物を含む)が使用されている場合は、それぞれの名称を表示しなければなりません。また、アレルギー原因物質を含む場合は、その名称を表示しなければなりません。〕
- e. 警告および取り扱い上の注意
- f. 栄養成分表示(未加工のコメ、および輸入後に加工、再包装されるコメには表示の義務はなし。)総エネルギー量、総脂質・飽和脂肪酸・トランス脂肪酸、コレステロール、ナトリウム、炭水化物、食物繊維、糖類と添加糖類、タンパク質、ビタミンD、カルシウム、鉄分、カリウム
- g. 原産国

■ 残留農薬基準

環境保護庁(EPA)が食品の残留農薬の許容量(又は最大残留基準)を設定しています(ポジティブリスト制)。残留農薬許容量は、各物質について食品ごとに規定されています。

■ 東京電力福島第一原子力発電所事故に関連した輸入規制

2021年9月22日、東京電力福島第一原子力発電所事故に伴う日本産食品の輸入規制は撤廃されました。

日本産米の価格は米国産に接近

A コメの販売価格

日本産米は主に日系またはアジア系スーパーで販売されており、オンラインでも購入できます。また、米国では様々な品種・銘柄のコメが輸入されています。近年のカリフォルニア産米の減産に伴う価格の上昇や円安の進行に伴い、日本産米とカリフォルニア産米の価格差は縮まっており、日本産米はカルローズなどの中粒種とは価格差があるものの、調査時点（2023年12月）では、「Tamaki Gold」などの短粒種とほぼ同水準となっています。

B 包装米飯の販売価格

日本産の包装米飯の他、米国、台湾、韓国、英国、タイ等の商品もあります。様々な味がついたレトルト米飯（パックライスとは別）は、どのスーパーでも大きなスペースを占めて販売されています。日本産の包装米飯は一般的に日系スーパーでしか売られていません。日系スーパーでは日本産の他に、韓国産やタイ産の包装米飯も売られており、日本産より安い値段で売られています。

C 米菓の販売価格

日本産米菓は地元のスーパーでも売っている事があります。日本産以外には、台湾、中国、カンボジア産等が売られています。

D 米粉及び米粉麺の販売価格

日本産の米粉及び米粉麺の商品は、調査した店舗では白玉粉や上新粉など個性ある商品が売られていましたが、他国産の商品と比べると商品数が少なく、価格も高いです。

表-6 コメの販売価格（調査月：2023年7月）

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (ドル)	販売単位での 円換算*
Yumepirika Hokkaido Short Grain	日本	11 lbs(5kg)	40.00	5,834
Kumamoto Koshihikari	日本	11 lbs(5kg)	32.99	4,812
Ayanishiki Premium Short Grain Rice	日本	11 lbs(5kg)	31.00	4,522
Tamaki Gold Short Grain Rice	米国	15 lb(6.8kg)	40.00	5,834
Tamanishiki Premium Short Grain Rice	米国	15 lb(6.8kg)	43.00	6,272
Nishiki Medium Grain Rice	米国	15 lb(6.8kg)	25.00	3,647

表-7 包装米飯の販売価格（調査月：2023年8月）

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (ドル)	販売単位での 円換算*
Shirakiku Instant White Rice Cup	韓国	7.4 oz(200g)	2.69	392
IRIS Foods Shiro Gayu White Rice Porridge	日本	8.8 oz(250g)	3.29	480
Shirakiku Cooked Jasmine Rice	タイ	7.05 oz(200g)	1.99	290

表-8 米菓の販売価格（調査月：2023年8月）

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (ドル)	販売単位での 円換算*
Kameda Soft Salad Senbei Rice Crackers	日本	4.92 oz (140g)	5.69	837
Sanno Prinko Rice Crackers	日本	4.9 oz(140g)	4.99	734
Hot Kid Shelly Senbei Rice Crackers	台湾	5.3 oz(150g)	2.79	410
Aggretsuko Snow Flake Cracker	カンボジア	3.9 oz(110g)	2.79	410
Hsu Fu Chi Rice Bar Snack Steak Flavor	中国	3.17 oz(90g)	2.39	351

表-9 米粉の販売価格（調査月：2024年2月）

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (ドル)	販売単位での 円換算*
Tamasan Shiratamako	日本	200g	39	5,640
Maehara Joshinko Glutinous Rice Flour	日本	250g	36	5,222
Rani Rice Flour	インド	32 oz(900g)	10	1,457
Bob's Red Mill White Rice Flour	米国	24 oz(680g)	17	2,475
Goya Enriched Rice Flour	米国	24 oz(680g)	13	1,895

表-10 米粉麺の販売価格（調査月：2023年8月）

商品名	原産国 (産地)	販売 単位	価格 (ドル)	販売単位での 円換算*
Kenmin Rice Noodle Pho Mochimen	日本	4.9 oz(140g)	3.99	582
Elephante Rice Sticks	タイ	16 oz(450g)	1.69	247
Golden Rice Sticks	タイ	16 oz(450g)	1.69	247

* 1米ドル = 145.86円換算

成長を続けるEC市場

米国情勢調査局によると、米国のEC市場の売上高は2022年に1兆300億米ドルに達し、年間で7.7%増加しており、米国の小売全体における売上高の14.6%を占めます。また、Forbes誌によれば、2023年には米国での小売購入の16.4%がオンラインで行われ、EC市場の売上高は1.1兆米ドルを超えると予想されています。

その中で、最大手のAmazonがEC市場の37.8%を占めており、2位のWalmartが6.3%、3位のAppleが3.9%のシェアを占めています。eBayとTargetはそれぞれ3.5%、2.1%のシェアで4位と5位にランクされています。

日本産のコメ、包装米飯、米菓等はAmazon、eBay、Walmart等で購入できますが、業者によって扱う商品が異なります。なお、実店舗で販売されている日本産食品の中には、ECで販売されていないものもあります。特にAmazonとeBayは比較的多くの日本産食品を提供しています。しかし、ECの販売価格は実店舗よりも高い傾向にあります。

また、米菓については、定額料金を支払うことで、おやつを購入できる「お菓子のサブスク」のようなサービスも出てきています(例：Bokksu.com)。

主要ECサイト	a. Amazon.com	http://www.amazon.com/
	b. ebay.com	http://www.ebay.com/
	c. Walmart.com	http://www.walmart.com
	d. Target.com	https://www.target.com/

2022年のカリフォルニアの干ばつにより、カリフォルニア産米の代替として、日本産米の需要が大幅に拡大しましたが、状況は毎年変わります。輸出の更なる拡大に向けては、日本産米に切り替えてくれた実需者に対して、価格だけではなく日本産米に切り替えた事が自らの事業にとって良かったと認識してもらう事が重要です。そうした実需者が増えれば、他の事業者も興味を持ち、日本産米を試したいという声広がってくるはずで。

どのような需要があり、そこではカリフォルニア産米とは違う何が求められていて、顧客にどのように満足してもらうかを真剣に検討するという基本的な事が、自国でもジャポニカ米を生産する米国における日本産米の更なる需要拡大には重要になります。