

# 2023 JAPANESE FOOD EXPO

## 実施報告書



2023年11月30日

企画・主催



今年のJapanese Food Expoはコロナ禍となる以前に会場となっていたヒルトンユニバーサルシティへ場所を戻し、インフレが続く中でも消費意欲が旺盛で良質なモノを求め人々を対象として開催され、数多くの来場者で大きな賑わいとなりました。当日は、日本各地や米国内から総勢80社／団体に及ぶ食品メーカーや日本政府・地方自治体、金融機関等の皆様が出展し、約600社を超える食品業界関係者との名刺交換や面談、その後の一般来場者への試食販売など、様々な取組みを行いました。

### 1. 開催日程 (EXPOを含むプログラム全体)

2023年10月27日(金)~29日(日)

<10月27日(金)>

日系輸入卸事業者訪問  
JETRO-LAサンプルショールーム訪問視察見学ツアー

<10月28日(土)>

食品業界関係者向けPR  
一般消費者向け試食販売

<10月29日(日)>

LA周辺地域の小売店舗  
視察見学ツアー



### 2. 開催場所 (EXPOのみ)

#### Hilton Los Angeles Universal City

映画やエンターテインメントの中心地、ハリウッドのユニバーサルスタジオ入口正面に立つ高級ホテルを会場とし、白系・ヒスパニック系・アジア系などのアッパーハイエンド層や流行に敏感な若年層など様々な世代の一般消費者のほか小売業やレストラン業などの食品業界関係者の皆さんに大勢、来場いただきました。

### 3. EXPO参加者数

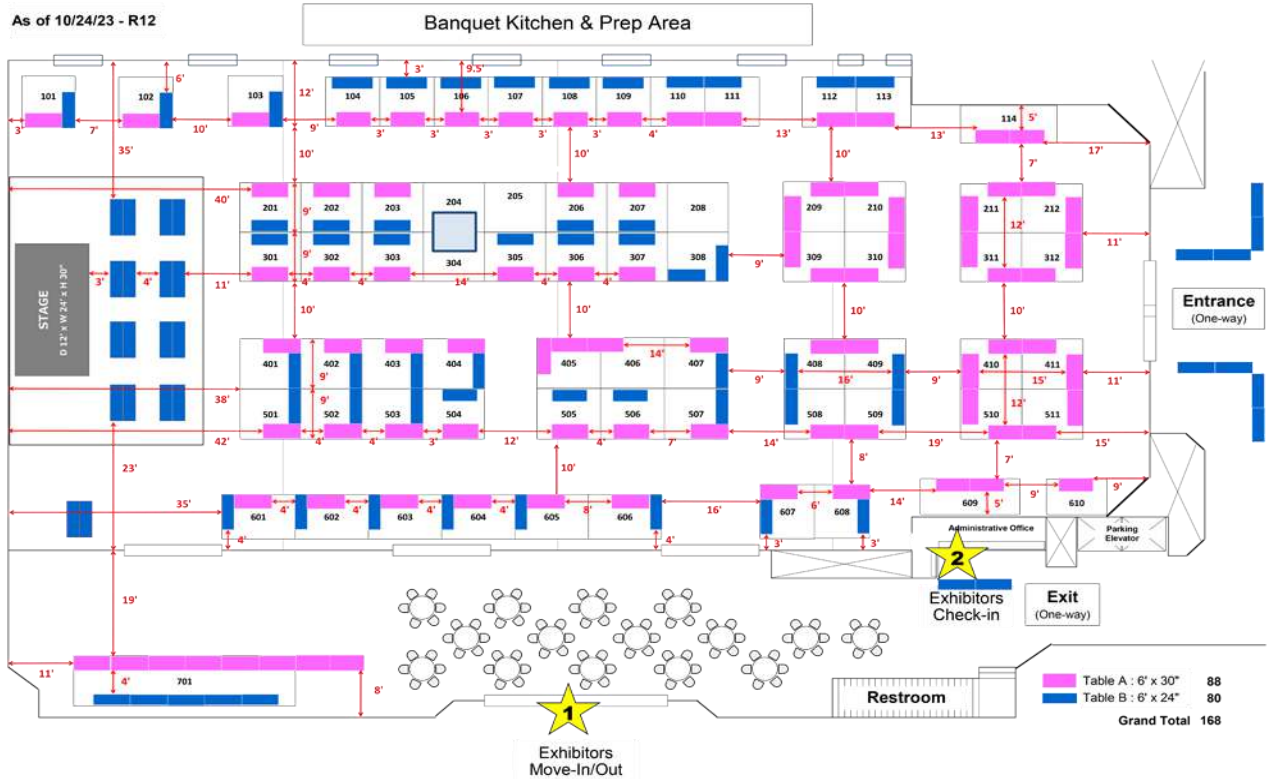
総計2,315名

時間帯		対象者	参加者数	内訳／備考
第1部	11am~1pm	業界関係者	725名	無料招待者 ・メディア、インフルエンサー等を含む
第2部	1pm~4pm	一般消費者	664名	有料入場券購入者 ・酒試飲込み@\$70 ・酒試飲なし@\$60、小人@\$30
第3部	6pm~9pm	一般消費者	639名	
全日	7am~9pm	主催者	287名	出展者、運営スタッフ

## 4. 会場平面図

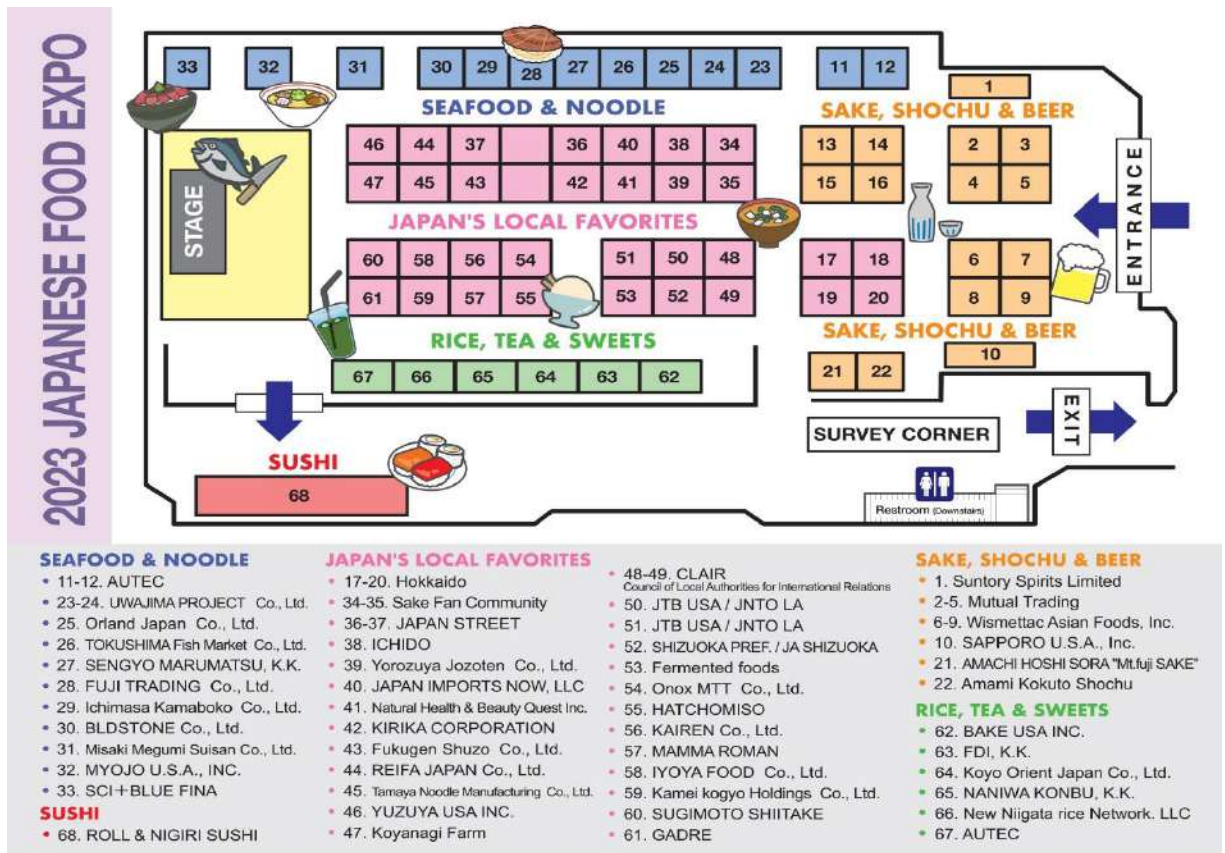
### ①フロアプラン (出展者用：ブース配置図)

As of 10/24/23 - R12



### ②フロアマップ (来場者用：会場案内図)

来場者に判り易いように会場内を品目やテーマごとにゾーニング、下記のイラストマップを作成し入口にて来場者全員へ配布しました。





## 5. 主なプログラム

### ① オープニングセレモニー

日本の伝統祝事である鏡開きが各団体を代表される方々によって行なわれ、農林水産省から出張視察をされた笹路審議官にもご参加いただきました。



### ② ステージプログラム

業界関係者を対象とした第1部では愛媛県宇和島からサバキ女子を迎えてマグロの解体実演が行なわれ一般消費者を対象とした第2部ならびに第3部では日本食親善大使に任命されたAndy松田シェフによる大型本マグロの解体ショーが開催され、いずれも好評を博しました。またJETROの事業である日本産米を使ったおにぎりワークショップやライスサンドの体験参加型のプログラムが行なわれ大勢の参加者で賑わいました。



### ③ SUSHIコーナー

SUSHI ROBOTのメーカーであるAUTECHの協力により会場内3カ所のブースで同社が誇るロボットが握る握り・ロールなどのお寿司の実演試食提供を行いました。



### ④ 日本産水産物プロモーション

宇和島プロジェクトをはじめ、北海道産のウニやいくら、いか、たこ、ホタテ、そして冷凍の手毬寿司など日本産の水産物を5社の事業者が日本から出展し大きくプロモーションを行ないました。

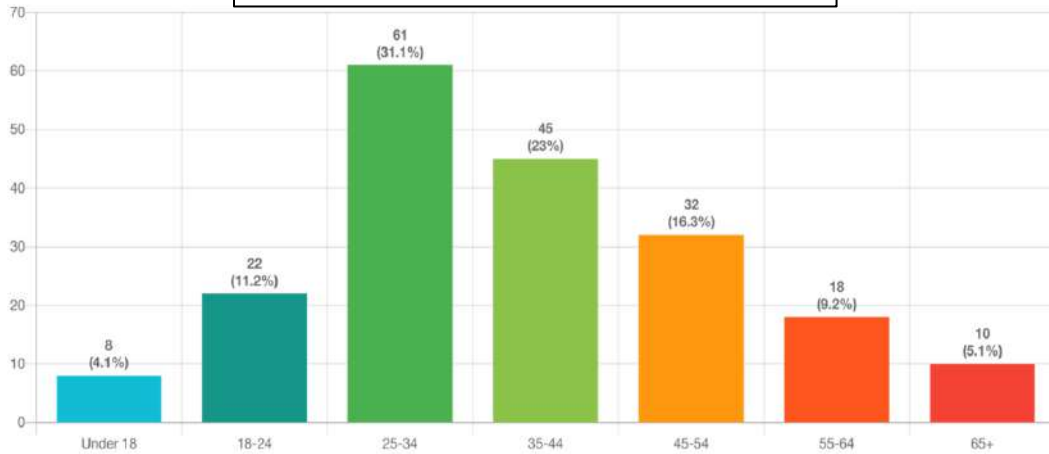


## 6. 来場者アンケートの結果①

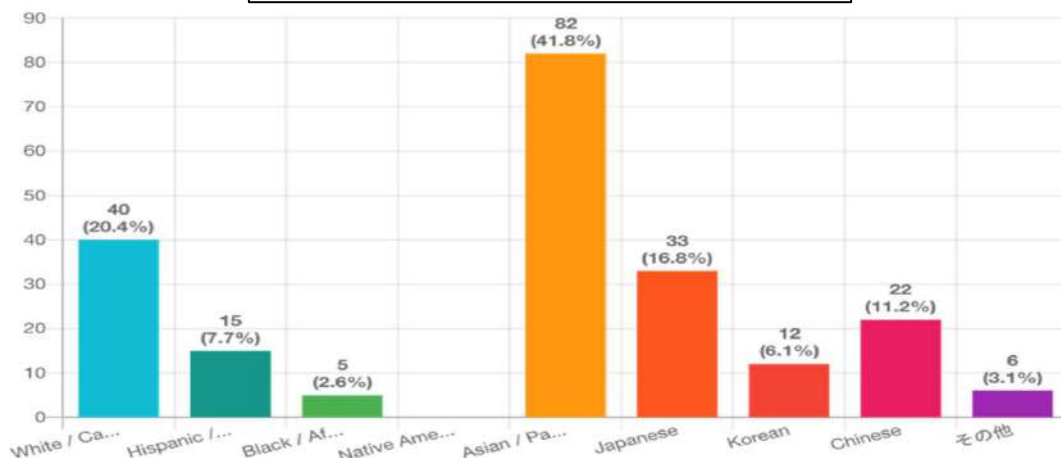
有効回答数 196人

解答率 100%

### Q1 来場者の年齢層

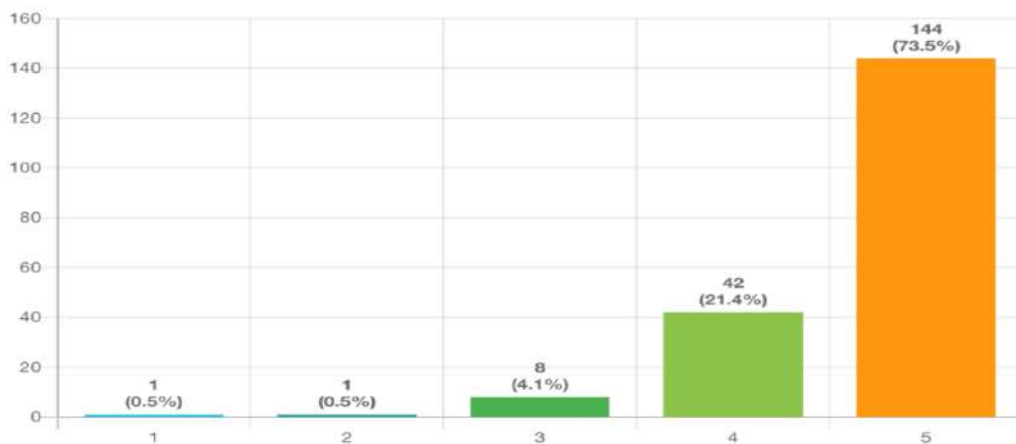


### Q2 人種



- White / Caucasian
- Asian / Pacific Islander
- Hispanic / Latino
- Japanese
- Black / African American
- Korean
- Native American / American Indian
- Chinese
- その他

### Q3 満足度

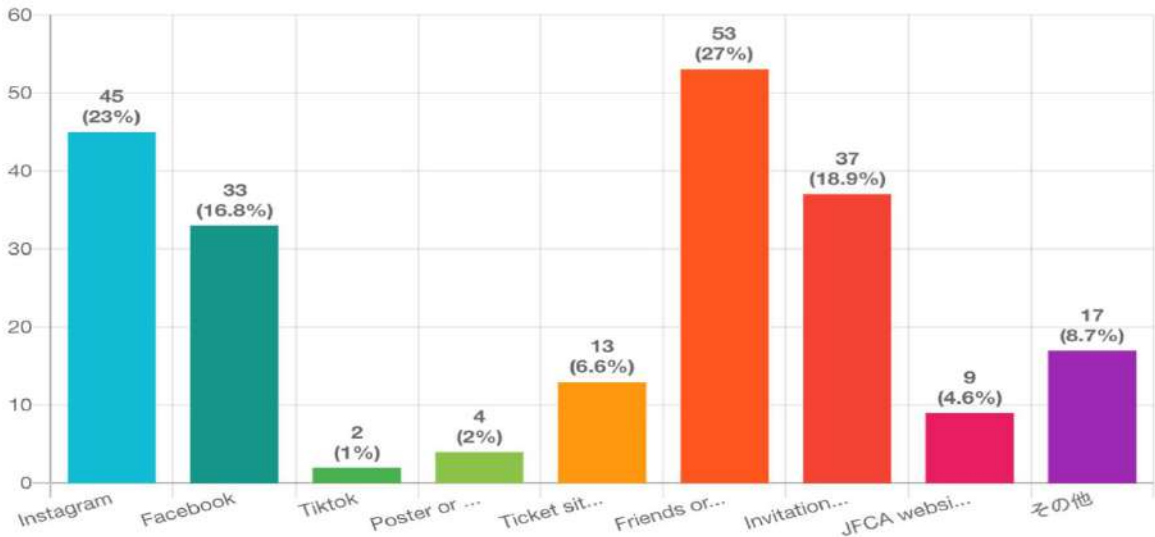


## 6. 来場者アンケートの結果②

有効回答数 196人

解答率 100%

### Q4 イベント情報の入手手段



### Q5 最も良かった飲食物は何でしたか？（自由記入）

All of it./ Actupi ball/Beer/Blue fin / Scallop /Buri/Butter cookie sandwich/Crab cakes/Fish/Chicken Karage/Green Tea/Green tea latte/Frozen custard/Hand roll from Hokkaido?Uni /Ice cream/Ikura/Live Tuna/Konnyaku/Nigori sake/Niigata rice/Octopus sashimi/Onigiri/Takoyaki/ Seafood/ sushi/pudding/shochu/Wine/Tofu and ponzu/

### Q6 ぶり、ホタテを今回のイベントで試食しましたか？

Yes : 155

No : 40

### Q7 日本食の印象は？（自由記入）

Good, Delicious,  
 Very formal and tasty  
 It's delicious and makes me want to travel to Japan.  
 LOVELY  
 I enjoy them  
 Hearty, amazing  
 Fresh and good  
 Fantastic  
 Really fresh and would come again  
 Umami  
 Very good! Had a great time and food was excellent  
 Very nice and refreshing, light and easy to drink  
 Very positive. Delicious and diverse!  
 10/10

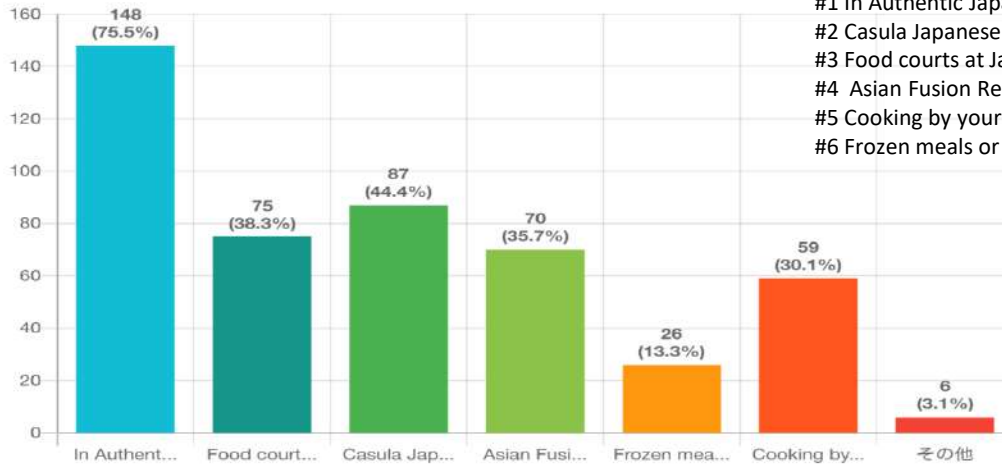
Very good look forward to next event  
 One of my favorites !  
 Great taste, less geeasy  
 Very clean and fresh  
 Unique and Tasty  
 Tuna and scallops  
 Exceptional  
 Clean, pure, natural flavor  
 It's the "bomb"  
 Great, frozen things not as much.  
 It's very crisp, fresh and well thought out.  
 Need to buy more  
 Top 3 in the world  
 my favorite cuisine and still is!

## 6. 来場者アンケートの結果③

有効回答数 196人

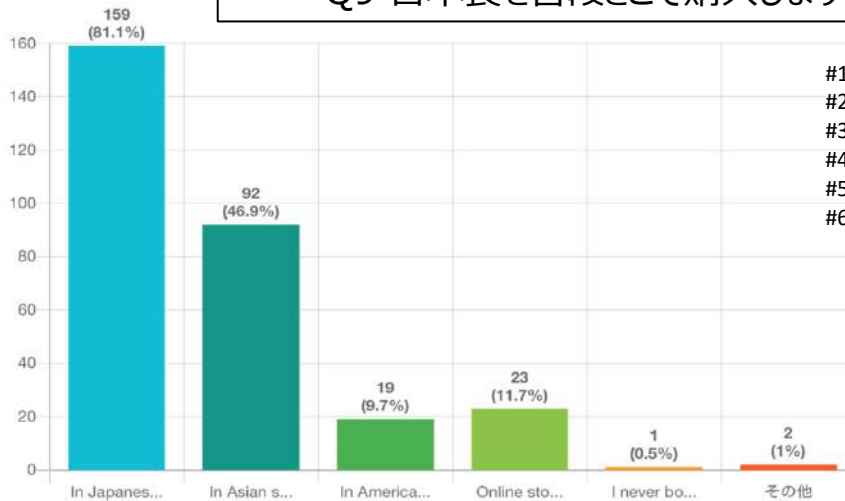
解答率 100%

### Q8 日本食を普段どこで食べますか？



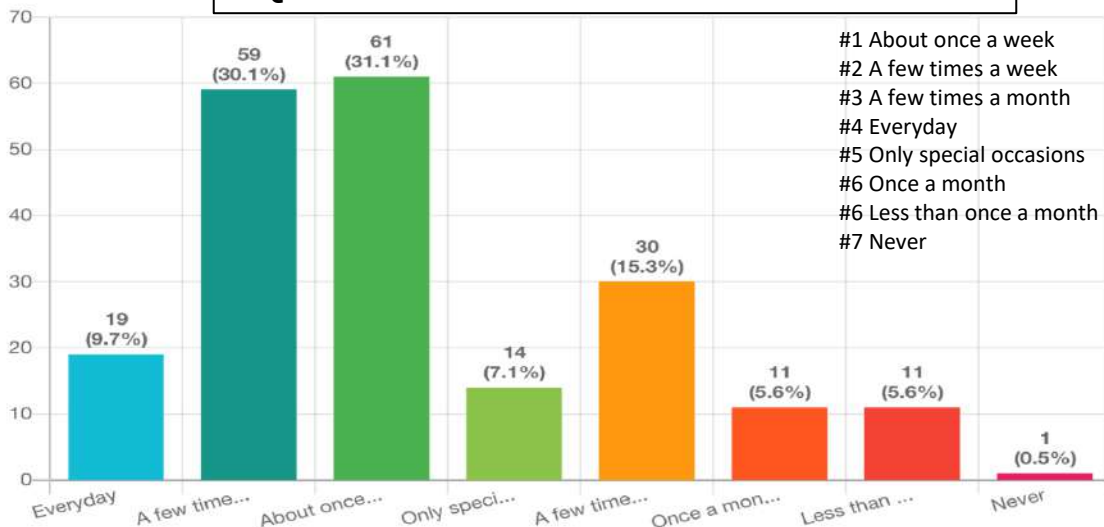
- #1 In Authentic Japanese restaurant
- #2 Casula Japanese Restaurants
- #3 Food courts at Japanese Stores/Supermarkets
- #4 Asian Fusion Restaurants
- #5 Cooking by yourself at home
- #6 Frozen meals or Ready-to-go meals at home

### Q9 日本食を普段どこで購入しますか？



- #1 In Japanese supermarket
- #2 In Asian supermarket
- #3 Online store
- #4 In American supermarket
- #5 I never bought any Japanese food
- #6 Restaurant

### Q10 日本食や日本の飲料を購入する頻度は？



- #1 About once a week
- #2 A few times a week
- #3 A few times a month
- #4 Everyday
- #5 Only special occasions
- #6 Once a month
- #6 Less than once a month
- #7 Never

## 6. 来場者アンケートの結果④

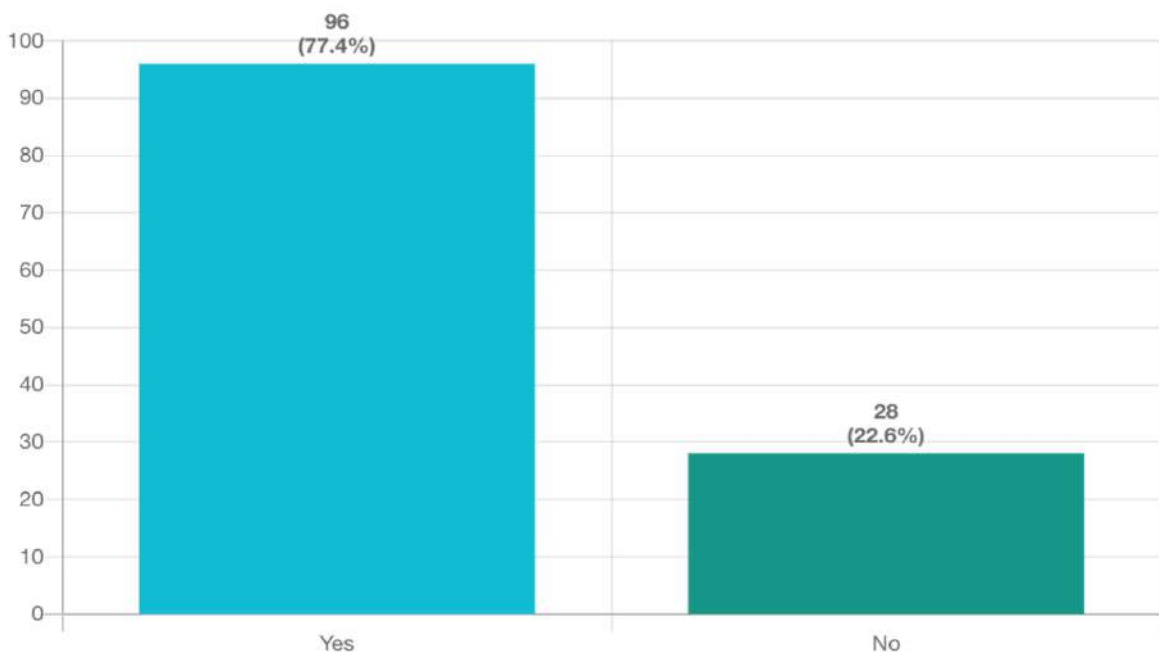
有効回答数 124人

解答率 63%

### Q11 その他、日本食や当イベントについてのご意見（自由記入）

- Add Mochi next year
- The expo was an amazing and eye-opening experience. The food and drink were amazing to sample and would love to try again
- Eye opening to a lot of good brands. Will love to try looking for them in stores and online.
- Bring it back to LA in 2024
- Such a great event!
- Better line management
- Great event - Look forward to more!!! 🍣
- Great vendors! Super friendly staff. Superb food selection. I would have liked to see more vegetables.
- Bring more variety of Japanese food and drinks
- This was awesome killer drinks
- It was small area and not organized. Some people are not nice to older Japanese.
- Lines were long and hard to figure out
- Very good variety of Japanese goods and services
- Awesome. Could be more organized
- I plan to attend again
- It was so much fun. and i am really impressed
- Thought it was a really great event with a good assortment.
- The show with the family and drums was amazing!!

### Q12 今後、このようなイベントのお知らせが欲しいかどうか





## 7. 会場点描 (抜粋)



8. 出展・出品・協賛企業／団体（計62社／団体）

<順不同>

出展企業／団体【日本】		出展企業／団体【米国】	
1	有限会社小柳農園	35	BLUEFINA Inc.
2	福源酒造株式会社	36	GADRE USA Inc.
3	SAKE Generation 株式会社	37	MYOJO U.S.A. Inc.
4	株式会社柚子屋本店	38	AUTEC Inc.
5	有限会社 玉谷製麺所	39	SUNTORY BEER
6	株式会社萬屋醸造店	40	SAPPORO USA
7	REIFA JAPAN Co., Ltd.	41	JTB USA, Inc.
8	株式会社海連	42	SUSHI CHEF INSTITUTE
9	MAMMA ROMAN株式会社	43	MUTUAL TRADING
10	株式会社杉本商店	44	JFC INTERNATIONAL
11	株式会社オックスエムティティ	45	WISMETTAC ASIAN FOODS
12	株式会社伊予屋食品	46	HERO USA
13	合資会社八丁味噌	47	KIRIKA CORPORATION
14	グローバルキッチン	48	Natural Health & Beauty Quest Inc
15	JA静岡／静岡県	49	JAPAN IMPORTS NOW, LLC
16	愛知インバウンド協会	50	BAKE
17	自治体国際化協会(クリア)	51	JNTO LA OFFICE
18	三崎恵水産	52	JETRO LA OFFICE/SAMPLE SHOWROOM
19	光陽オリエントジャパン株式会社	<b>出品・協賛企業／団体【日本／米国】</b>	
20	奄美黒糖焼酎	53	SHINKIN CENTRAL BANK (NY)
21	株式会社浪花昆布	54	JETRO鹿児島貿易情報センター（鹿児島県）
22	新・新潟米ネットワーク合併会社	55	Japan Local Government Center (NY)
23	ビルドストーン株式会社	56	HAKATA ENGYO Co., Ltd. (愛媛県)
24	一正蒲鉾株式会社	57	MARUKIN FOODS Co., Ltd. (熊本県)
25	富士通商株式会社	58	MINAMI FOODS Co., Ltd. (岩手県)
26	鮮魚丸松株式会社	59	MIREICA Co., Ltd. (北海道)
27	徳島魚市場株式会社	60	GATOH FOODS Co., Ltd. (北海道)
28	Orland Japan	61	JRA SOUTHERN CALIFORNIA (LA)
29	宇和島プロジェクト株式会社	62	HICHIMIKAI USA (LA)
30	北海道国際経済課		
31	公益社団法人 北海道観光振興機構		
32	FDI		
33	近藤薬局（静岡県）		
34	Fermented Foods		

## 9. 出展者アンケートの結果①

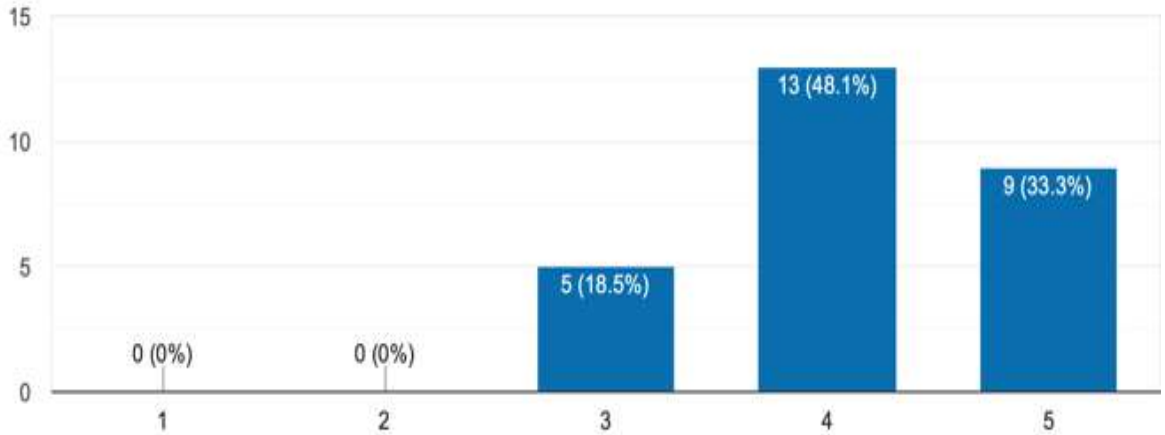
Q1 このイベントは貴社のビジネス拡大の役に立ちましたか？

(5= 非常に役に立った、1. =全く役に立たなかった)

How useful was this EXPO to your business? (1 = not useful at all, 5 = very useful)

イベントお役立ち度

27 responses

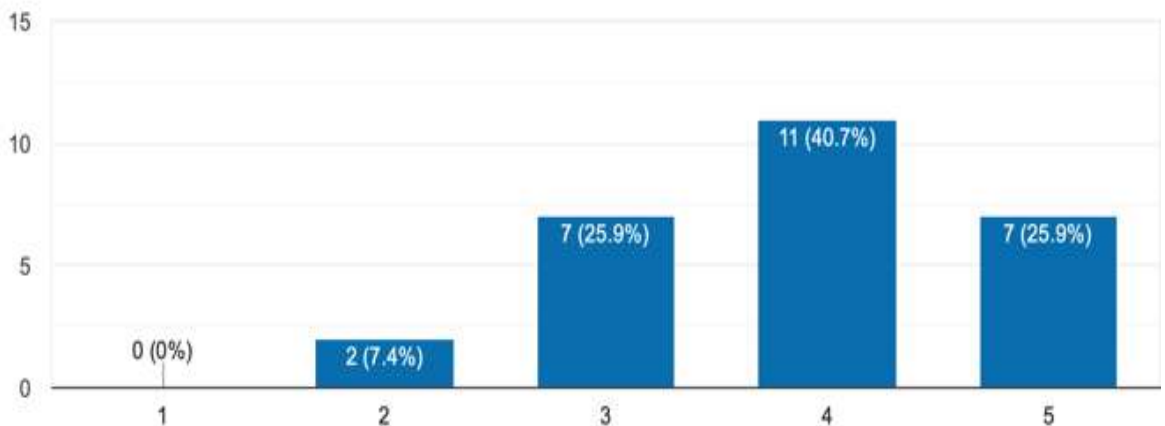


Q2 来年もこのイベントに出展したいですか？

(5= 是非出展したい 1 =出展したくない)

Do you want to participate in JFE next year? (1 = absolutely no, 5 = absolutely yes) 今後同イベントへの参加希望

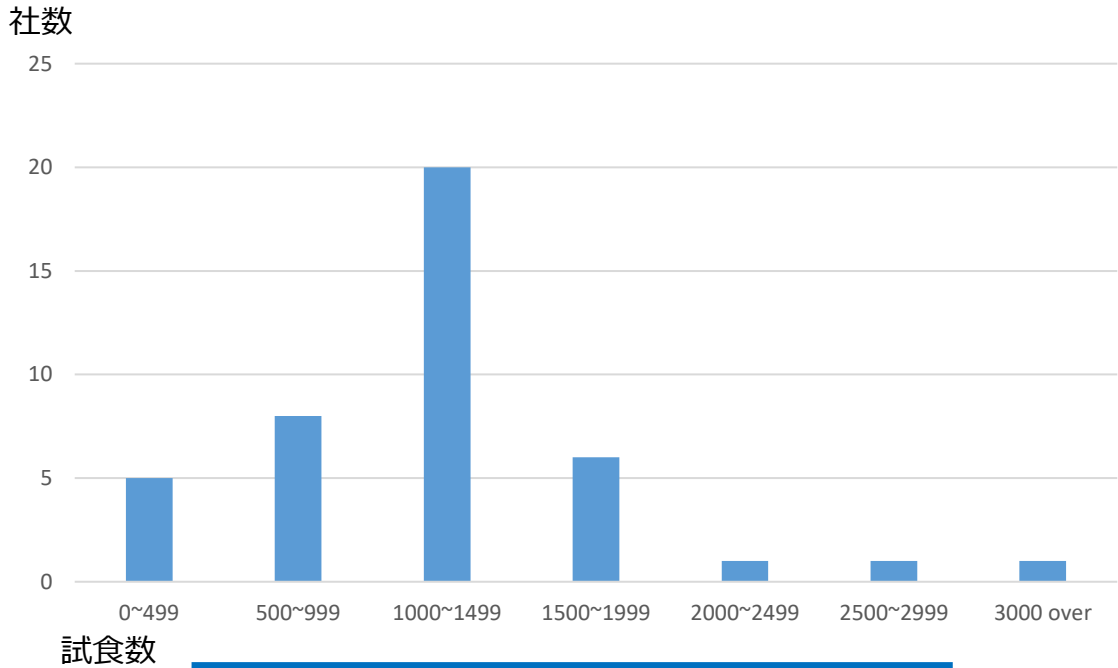
27 responses





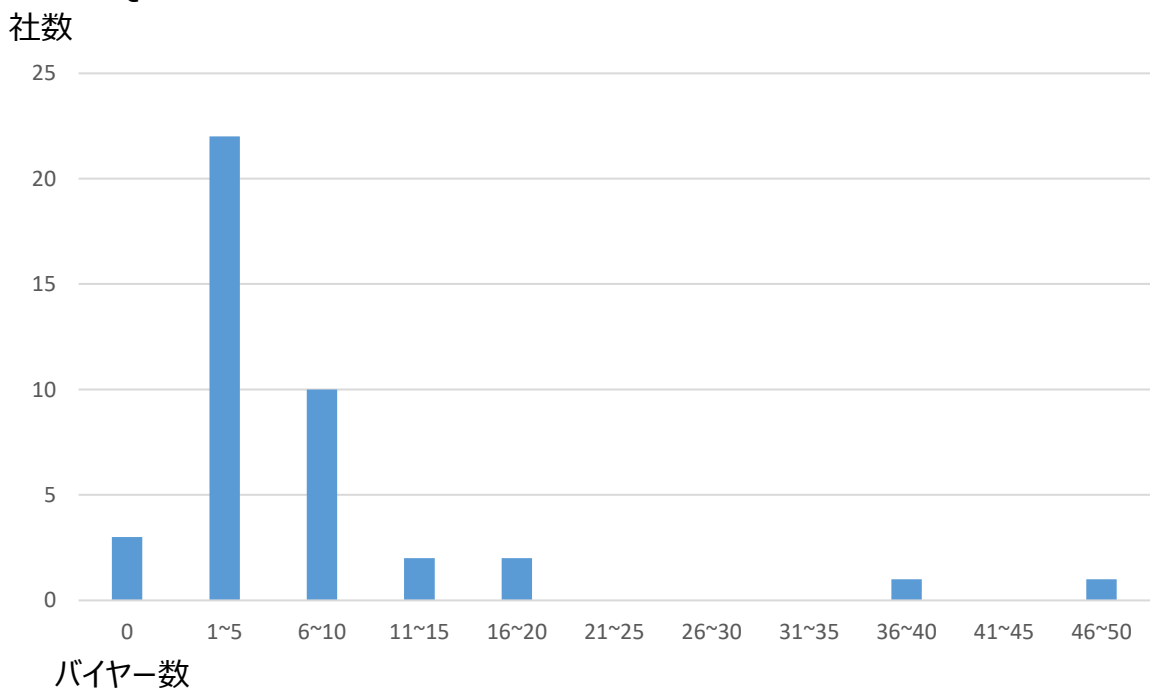
## 9. 出展者アンケートの結果②

Q3 このイベントで、何食／何杯を試食・試飲いただきましたか？



**試食・試飲提供総数：45,461人分**

Q4 このイベントでおよそ何社のバイヤーと商談ができましたか？

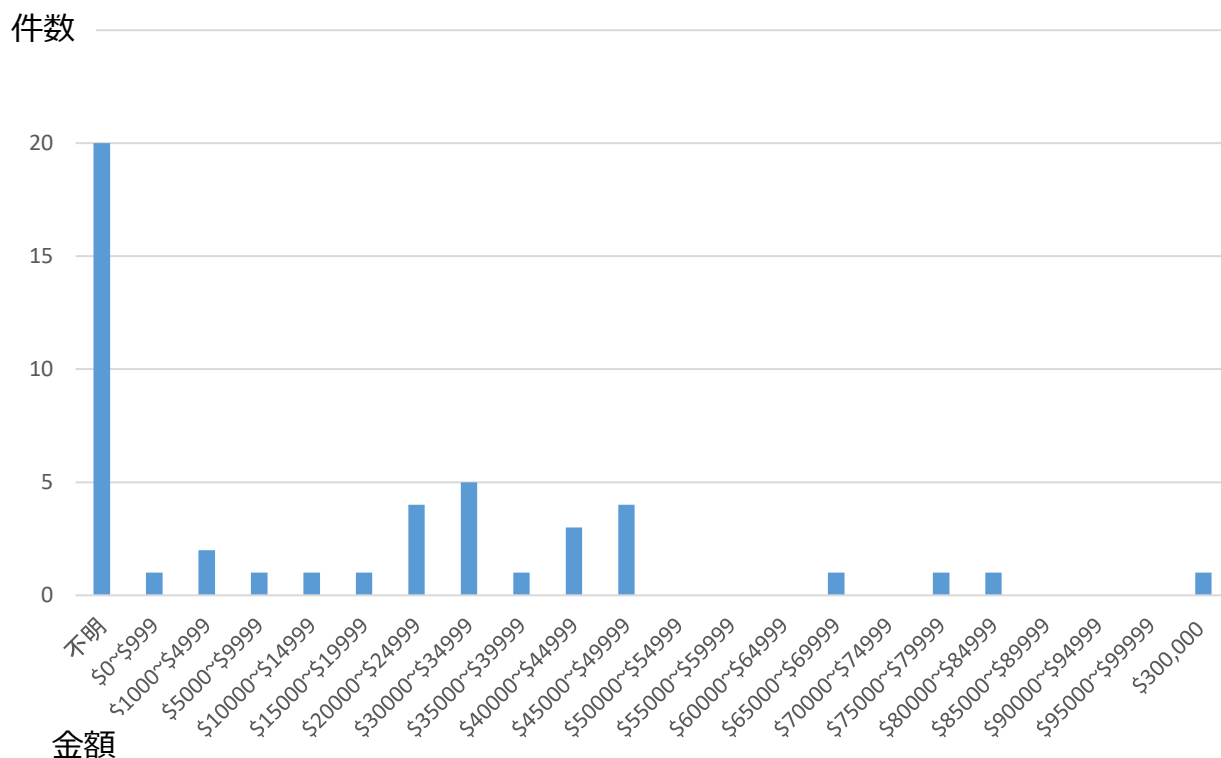


**総商談件数：約305件**



## 9. 出展者アンケートの結果③

Q5 全商談の成約／成約見込み額総額はおよそいくらですか？  
 (単位：米ドル)  
 (成約見込みとは今後一年以内に成約が見込まれる場合を示す)



**成約／成約見込み総額：\$986,850**

今回特に力を入れた水産ブースにおいては、ビルドストーンがCostcoのバイヤーと商談を行い、まだ決定ではないが、決まればコンテナ単位での取引となる可能性となっている。また、徳島魚市場は多くのレストランから引き合いがあったが、流通がまだないため、レストランからディストリビューターを紹介され、今後取引が始まる可能性が非常に高い。加えて、ウニ、いくら、ホタテを扱っているオーランドジャパンにもレストランから引き合いが多く、こちらは共同貿易さんにお手伝いをいただくことになると思われます。

Q6 今回、最も成約見込みがある商談はどのバイヤーとされたものでしたか？

- 99 Ranch Market
- Bun Geiz Corporation
- Walong Marketing, Inc.
- Hero USA
- Marin foods
- SIPT
- Suzuki Marketing
- Glad(株) SRAR SALES SQUAD LLC
- Kobayashi Noodle USA
- Costco
- Underson Seafoods
- Mutual Trading
- レストラン関係者 (8 answers)

## 9. 出展者アンケートの結果④

Q7 最も成約見込みのあるその商談品目は何でしたか？

- ・だし塩
- ・ゆずジュース
- ・ひとふり昆布
- ・海産物全般
- ・昆布パック
- ・Suntory The Premium Malt's
- ・食物繊維入緑茶
- ・手毬ずし
- ・八丁味噌
- ・日本酒
- ・サクラパスタ
- ・おはぎ
- ・バウムクーヘン
- ・クッキー

Q8 今回のExpoへの出展を通して得られたことは何でしょうか？

- ・ターゲット層に沿った商品販売をすることの大切さ
- ・多くの反響とニーズ
- ・新しいバイヤーとの出会い
- ・試食の効果的な提供方法
- ・人脈
- ・まずは地元中心に先様とお付き合いしているディストリビューターを決めてから展示会に参加しなければ意味がないことが判った
- ・アメリカの商流
- ・アメリカでも評価される事を実感できた
- ・弊社商品自体の可能性を改めて感じた
- ・展示会でのオペレーションのヒントが得られた
- ・市場規模と顧客の直接の反応
- ・顧客の嗜好

## 9. 出展者アンケートの結果⑤

### Q9 その他のコメント（抜粋）

- ・ 今回JETROさんのブースを通して出展の機会をいただき大変有難かった
- ・ また出展したい
- ・ せっかくホテルで行うのでBtoBの時間をもっと持てれば尚良かった
- ・ 前回の場所の方が良かった気がする
- ・ ディストリビューター、バイヤー、ブローカーなどの来場が少ないと感じた
- ・ 個人客をターゲットするには有効だが日本から米国の個人客を狙うのはハードルが高い
- ・ ディストリビューターとの商談を目的に渡米したので事前調査不足であった
- ・ 日系のつながりで成り立っているExpoという印象
- ・ JFC、共同貿易などの視察、商談会はとても勉強になった
- ・ より多くのVIPや、インフルエンサーと出会えるともっとよい
- ・ 多くの来場者のお陰でたくさんの方に試飲して頂け有意義だった
- ・ 観光のプレゼンテーションにも関わらせていただき有難かった

## 10. JAPAN STREETへの登録（進捗）状況

JAPANESE FOOD EXPOの開催前から、レストラン事業者を中心に小売事業者のほか輸入卸事業者などへ幅広くアプローチをしたがなかなか登録者が増えず苦戦している状況。今後、12月の催事や営業等を通してさらにアプローチの対象範囲を拡大し、12月末までの期限に向けてあらゆる登録者数の確保・拡大を継続予定。

### 11月30日時点の新規登録者数：下記32件

JFE Japan Street Buyers Registrations							
	DATE	Company	Name				
1	13-Aug	JTM Inc.	Stella Spring	19	29-Oct	Koraku Group Inc	Mamoru Tokuda
2	24-Aug	Gindaco USA Inc	Yosuke Shiino	20	29-Oct	ChuShiLA	Michael Chu
3	24-Aug	HERO USA, Inc.	Hiroharu Takeuchi	21	29-Oct	KIRIKA CORPORATION	Rika Kitto
4	28-Aug	Sapporo USA, Inc.	Takeshi Miyahara	22	29-Oct	HONU SQUARE	Leslie Chan
5	28-Aug	Marugame Udon USA LLC	Daisuke Muraoka	23	29-Oct	UKA	Toshihide Kotake
6	29-Aug	AKT Trading Inc	Yuta Tsujioka	24	29-Oct	grow and prosper	albert gaytan
7	29-Aug	AKT Trading Inc	Akikazu Kimura	25	29-Oct	Hanbai Solutions LLC	Shino Okita
8	27-Sep	Trad Japan Corporation	Takeshi Yamakawa	26	29-Oct	Honu Square	Christine\ Sun
9	29-Sep	glad	Reiko Yamada	27	29-Oct	Angelus Global	Kevin Lobo
10	3-Oct	Arai Enterprise	Yuko Monge	28	29-Oct	Japan Imports Now	Kana Kobayashi
11	4-Oct	Sushi Kaneyoshi	Yuichi Ito	29	29-Oct	Bun Geiz Corp	Yamato Miura
12	9-Oct	Tenkatori USA Inc.	Shiori Yamamoto	30	29-Oct	JTB Hawaii Travel, LLC	Takahiro Sato
13	9-Oct	Japan Taste Marketing Inc	Hitomi Noguchi	31	27-Nov	8Clover Inc	Lan Lan Chen
14	9-Oct	Noren Izakaya	Envy Lau	32	28-Nov	Meridian Products	Christian Callahan
15	9-Oct	TMS Cafe and Grill, Inc.	Keiko Kuroda				
16	20-Oct	GOOD LUCK USA	Koji Furuta				
17	20-Oct	VORTEX USA, INC.	NICK HARASAKI				
18	26-Oct	Japan Market	Yusuke Motozawa				

## 1.1. ジェトロサンプルショールーム及び日系大手輸入卸業各社訪問①

- ①実施期日 **2023年10月27日（金）**
- ②実施内容
- |          |                        |
|----------|------------------------|
| 午前8時15～  | ニューガーデナホテルを出発          |
| 午前9時30分  | JFC Internationalを訪問見学 |
| 午前10時30分 | JFCを出発                 |
| 午前11時30分 | JETROショールームを訪問見学       |
|          | 近隣レストランにて自由昼食          |
| 午後1時00分  | 出発                     |
| 午後2時00分  | Mutual Tradingを訪問見学    |
| 午後3時15分  | Mutual Tradingを出発      |
| 午後4時15分  | ニューガーデナホテルに到着          |
- ③参加者数 **35名(13企業・団体)**



JFCインターナショナルにて



JETROショールームにて



共同貿易にて

ロサンゼルスに本社機能と全米への配送機能を持つ日系大手インポーター2社を訪問し、最新の市場動向などをレクチャーいただき、また、積極的な質疑応答が交わされた。

加えて、JETRO LAのサンプルショールームも訪問し、現地における輸出支援の取組みや質疑応答なども含め、今後の米国への輸出対策や、現在のJETROの取組みなどを説明いただくなど、いずれも内容が充実した視察となり参加した出展事業者からも高評価がいただけた。




④配布資料 以下の配布資料を作成し、道中車内にて説明した

【配布資料：その1】

## 米国市場と輸入規制

令和5年9月27日

  
 日本食文化振興協会

---


### 1. 日本食を支える市場

1) 人種・民族の構成 - CENSUS2020から見たアメリカの現状①

2020年5月、米国では10年に一度の国勢調査 (CENSUS2020) が行われ、最新の人口統計が発表されました。差別や分断という問題を抱えながらも多様な多民族の力を結集して世界の超大国を維持しようとするアメリカの現状をご案内します。

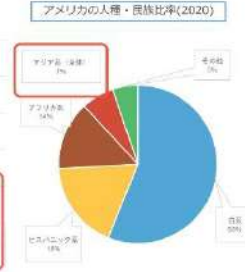
※この資料は対米ビジネスの参考として2020年国勢調査の結果を分析しています

#### アメリカの人種・民族構成



年	白人	ヒスパニック系	アジア系	黒人	その他の民族
2000	208,238,000	35,222,724	8,202,808	32,816,781	16,241,818
2010	198,917,652	50,472,884	10,020,299	31,674,232	14,674,232
2020	156,306,837	62,781,631	14,241,936	46,241,936	21,137,286

#### アメリカの人種・民族比率(2020)



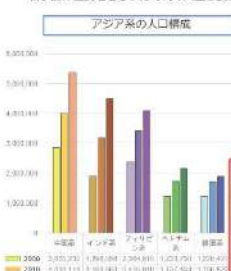
人種・民族	比率 (%)
白人	50%
ヒスパニック系	19%
アジア系	7%
黒人	13%
その他の民族	7%

---

1) 人種・民族の構成 - CENSUS2020から見たアメリカの現状②


米国全体の種が7%にすぎないアジア系人口ですが、その内訳を見ると国別に多数派と少数派に二分されていることがわかります。フィリピン系が多いのは東西戦争後に移民地となった時代の大量移住が背景にあります。

#### アジア系の人口構成



年	中国系	インド系	アジア系	韓国系	その他	合計
2000	3,405,270	1,894,044	2,368,834	1,028,291	1,258,422	1,118,022
2010	4,210,174	2,763,403	2,749,896	1,207,403	1,108,552	1,341,285
2020	4,379,642	3,295,339	4,088,026	1,716,013	1,668,119	1,642,941

#### アジア系の人口比率(2020)




人種・民族	比率 (%)
中国系	23%
インド系	19%
韓国系	10%
フィリピン系	7%
その他	4%

1) 人種・民族の構成 - CENSUS2020から見たアメリカの現状③

米国全体の種が7%にすぎないアジア系の所得が最も高い理由としてはアジア系の大多数が都市部に住み、他の人種・民族に比べて平均賃金の高い仕事に就いていたり、事業を営んでいることなどが考えられます。

#### 人種ごとの平均世帯年収 (全米)




年	アジア系	白人	ヒスパニック系	黒人
2000	\$55,421	\$49,004	\$33,947	\$25,430
2010	\$64,324	\$54,410	\$37,782	\$31,240
2020	\$69,811	\$60,717	\$39,284	\$34,167

---

1) 人種・民族の構成 - CENSUS2020から見たアメリカの現状④

さらにアジア系の内訳で見ると、ITや技術開発など高所得が求められる職種に就いているインド系や台湾系の所得が突出していますが、アジア系全体として見ても韓国系全体の平均所得レベルより高くなっています。

#### アジア系の平均世帯年収

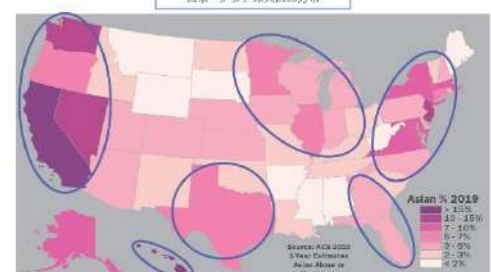


年	インド系	台湾系	韓国系	中国系	フィリピン系	韓国系	その他の民族
2000	\$70,718	\$78,228	\$51,659	\$45,290	\$61,106	\$44,899	\$40,710
2010	\$79,839	\$89,255	\$65,569	\$47,095	\$71,094	\$57,111	\$55,439
2020	\$81,101	\$93,714	\$69,521	\$44,131	\$75,792	\$67,481	\$60,609

2) 日本食が消費されている地域①

基本的に米国の日本食マーケットは在米日本人、日系、アジア系の一層消費者の人口分布に比例して広がっています。中でも最大の市場はカリフォルニア州であり、日本からの輸入食品もその多くは食品流通の機能が集中するサンバリスで扱われ、全米各都府へと配送されています。

#### 日本・アジア系人口の分布




Source: ACA 2020, State Department, Asian American Population

---

2) 日本食が消費されている地域②

続いて2018年の時点における日本食レストラン数であるが、第1位のカリフォルニア州 (4468件) と第2位のニューヨーク州 (2628件) が突出しています。第3位のフロリダ州 (1266件) はトランプ前政権のビジネス推進策も高い恩恵を受けて前回の調査以降に件数が増加しています。

#### 日本食レストランの分布 (2018年全米ベスト12州)



Source: JETRO 2020年度調査(日本食レストラン)地域別数

## 【配布資料：その2】

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 2) 日本食が消費されている地域②

また近年は、在米日系企業や観光客の増加、さらにはその家族や知人といった繋がりを通して自派、ヒスパニック系、アフリカ系などの様々な人々が好んで日本食を食べようになり、非日本人がオーナーとなる日本食レストランの数を地方都市に増えたことで、LAやNYといった大都市だけでなく地方都市にもSushiやラーメンといった食文化が根付きを見せるようになりました。

在米日系企業の分布

州名	企業数
カリフォルニア	17,000
ニューヨーク	6,076
テキサス	3,962
フロリダ	3,792
イリノイ	2,996
ペンシルベニア	2,896
オハイオ	2,842
ジョージア	1,796
ミシシッピ	1,692
アラバマ	1,636
インディアナ	1,542
オレゴン	1,392
ワシントン	1,392
ミネソタ	1,292
アイオワ	1,292
ミズーリ	1,292
カンザス	1,092

出典：FR TIMES 2022.11

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 米国内市場の取扱い

生産事業者・生産者団体・自治体など → JFCA → TOKYO CENTRAL, Mitsuwa, MART, HEBBEYS, HANAMARU, 日本食レストラン, COMEGO, TRADER JOE'S, Kroger, その他レストラン, amazon, ebay, Yummy

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 1) 米国に輸入出来ない原材料

- 天然由来の着色料不可 (紅藍、紅花、クチナシ等)。赤色2号、102号、104号、105号、106号
- 畜肉エキス不可
- トランス脂肪酸 不可 (部分添加水素油類 -PHO) →マーガリン、ショートニングを使用した食品
- ステビア不可
- 卵、内蔵処理がされていない加工された小魚 (ボツリヌス菌) →煮干しなど

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 2) Permitが必要な商品

USDA United States Department of Agriculture

- 青果：梅、いちご、ごぼう、長芋、梨、ゆず、みかん、レモン、ミョウバ、キウイフルーツ等
- 牛乳、たまご粉類材料に由来する加工食品
- 米国産由来の畜肉エキス入った食品

水産物、水産加工物

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 4) FDA米国食品安全強化法 (FSMA: Food Safety Modernization Act)

FSMAの概要についてはJETROサイトをご覧ください。  
[http://www.jetro.go.jp/area/americas/america/food\\_safety.html](http://www.jetro.go.jp/area/americas/america/food_safety.html)

- FDAが命令された場合、24時間以内に食品安全計画を提出しなければなりません。
- FSMAのルールはFSIS22000に近く、HACCPの考え方が中心となります。

信書の種類

B Biological	C Chemical	P Physical
生物的安全性 菌類、ウイルス、寄生虫など	化学的安全性 農薬、重金属、食品添加物など	物理的安全性 虫、破片、異物など

食品安全計画作成支援ツール (Food Safety Plan Builder)

ユーザーガイド  
<http://www.fda.gov/oc/ohrt/food-safety-plan-builder-user-guide>  
<http://www.fda.gov/oc/ohrt/food-safety-plan-builder-user-guide-2016>

FSVP Importerとしての留意

- 最近改正 (19年改正)
- 保証活動 (Supplier Verification Activities) → 更新に注意!

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 5) 最近のFDA傾向

A) 梅干し (干し梅、カリカリ梅、梅シートなど)  
トルコから輸入したレーズンが起因  
鉛の含有量が米国基準値以上

B) えのき  
韓国産・中国産でリステリア菌が検出された  
対策として英文ラベルに加熱調理の文言

英文ラベル例

英文(パッケージ側(中国産))

Enoki Mushroom  
Product of Japan  
Net Weight: 7.05oz(200g)  
Distributed by: JI Zanxin Nagano Inc., Japan, 380-8614  
Exported by: Natural Fusion Inc., Tokyo, Japan, 100-0074

Disclaimers: This product is not for use as a food additive and must be used as a food ingredient. Do not use for consumption. Do not use for consumption.

COOKING METHODS: HOT, HOT POT, STEAM

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 6) カリフォルニア州向け注意点①

CALIFORNIA PROPOSITION 65 (PROP 65)

- CA州が定める約1000の化学物質が入っていないことをメーカーが証明する。出来ない場合は警告文言を商品に記載する。

例: <http://www.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspx>

2019年 和解金 合計金額: 約30millionドル (※約75%が外産土産)

Prop 65 Settlements 2017

Ingredients: POTATOES, VEGETABLE OIL, CONTAINS ONE OR MORE OF THE FOLLOWING: SODIUM, CORN, COTTONSEED, SAFFLOWER, SUNFLOWER, SEA SALT.

ALLERGENS: NONE

MANUFACTURED IN A FACILITY THAT ALSO PROCESSES MILK PRODUCTS.

WARNING: CONSUMING THIS PRODUCT CAN EXPOSE YOU TO CHEMICALS INCLUDING ACRYLAMIDE, WHICH ARE KNOWN TO THE STATE OF CALIFORNIA TO CAUSE CANCER. FOR MORE INFORMATION GO TO WWW.PROP65INFO.CA.GOV/CDPH.

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 6) カリフォルニア州向け注意点 (続き)

品名/成分	化学物質	警告文 (中国)	警告文 (日本語)
チキンカツ	ヒ素 (Arsenic)	警告文: Warning: This product contains one or more chemicals listed below which are known to the State of California to cause cancer or birth defects or reproductive harm. For more information go to www.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspx.	警告: この製品にはカリフォルニア州で、発がん性、生殖系異常や胎児の出生欠陥を引き起こす可能性がある化学物質が1つ以上含まれています。詳しくはwww.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspxをご覧ください。
チキンカツ (チキンカツ)	アクリルアミド (Acrylamide)	警告文: Warning: This product contains one or more chemicals listed below which are known to the State of California to cause cancer or birth defects or reproductive harm. For more information go to www.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspx.	警告: この製品にはカリフォルニア州で、発がん性、生殖系異常や胎児の出生欠陥を引き起こす可能性がある化学物質が1つ以上含まれています。詳しくはwww.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspxをご覧ください。
鶏肉 (チキンカツ)	ヒ素 (Arsenic)	警告文: Warning: This product contains one or more chemicals listed below which are known to the State of California to cause cancer or birth defects or reproductive harm. For more information go to www.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspx.	警告: この製品にはカリフォルニア州で、発がん性、生殖系異常や胎児の出生欠陥を引き起こす可能性がある化学物質が1つ以上含まれています。詳しくはwww.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspxをご覧ください。
チキンカツ (チキンカツ)	アクリルアミド (Acrylamide)	警告文: Warning: This product contains one or more chemicals listed below which are known to the State of California to cause cancer or birth defects or reproductive harm. For more information go to www.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspx.	警告: この製品にはカリフォルニア州で、発がん性、生殖系異常や胎児の出生欠陥を引き起こす可能性がある化学物質が1つ以上含まれています。詳しくはwww.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspxをご覧ください。
チキンカツ (チキンカツ)	ヒ素 (Arsenic)	警告文: Warning: This product contains one or more chemicals listed below which are known to the State of California to cause cancer or birth defects or reproductive harm. For more information go to www.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspx.	警告: この製品にはカリフォルニア州で、発がん性、生殖系異常や胎児の出生欠陥を引き起こす可能性がある化学物質が1つ以上含まれています。詳しくはwww.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspxをご覧ください。
チキンカツ (チキンカツ)	アクリルアミド (Acrylamide)	警告文: Warning: This product contains one or more chemicals listed below which are known to the State of California to cause cancer or birth defects or reproductive harm. For more information go to www.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspx.	警告: この製品にはカリフォルニア州で、発がん性、生殖系異常や胎児の出生欠陥を引き起こす可能性がある化学物質が1つ以上含まれています。詳しくはwww.cdph.ca.gov/Programs/CID/DCDC/Pages/Prop65.aspxをご覧ください。



## 1 2. ロサンゼルス地域食品マーケットの訪問見学

- ①実施期日 **2022年9月25日（日）**
- ②実施内容
- |          |                                     |
|----------|-------------------------------------|
| 午前10時～   | ニューガーデナホテルにて米国の日系スーパーマーケットの実状について解説 |
| 午前10時30分 | ホテルを出発                              |
| 午前10時45分 | TOKYO-CENTRALガーデナ店を訪問見学             |
| 午前11時15分 | NIJIYAトランス店を訪問見学                    |
| 午後12時00分 | MITSUWAデルアモ店を訪問見学<br>フードコートにて自由昼食   |
| 午後2時20分  | HマートPCH店／SPROUTSを訪問見学               |
| 午後3時10分  | WHOLE FOODS／TRADER JOE<br>を訪問見学     |
| 午後5時00分  | ニューガーデナホテルに帰着                       |
- ③参加者数 **23名(11企業・団体)**





- ④配布資料 次ページの配布資料を作成し、当日出発前にホテルにて約30分間のセミナーを実施した

# 【配布資料】

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

## 1. 米国の現状

1) 主要数値の米日比較

			
面積	約983万4千km <sup>2</sup>	約37万8千km <sup>2</sup>	約26倍
人口 (2023年)	3億3,554万人 (前年比100.6%)	1億2,330万人 (前年比98.2%)	約2.7倍
国内総生産 (名目GDP/23年4月)	\$26兆8,546億	\$4兆4,097億	約6.1倍
失業率 (23年9月)	3.8%	2.7%	約1.4倍
最低賃金 (時給)	\$15.50 (ワシントン州)	\$6.71 (東京: ¥1,004)	約2.3倍

出典: International Monetary Fund

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

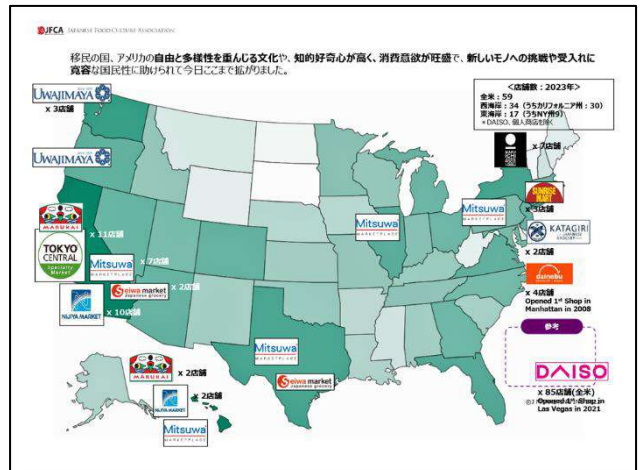
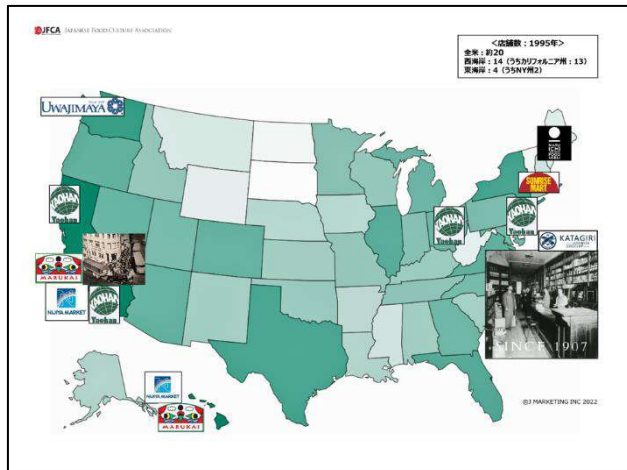
## 2. 米国における日本食市場の特長

- 日本産食料品の小売店
 

初期には同様に移民日本人を相手に日本産の輸入食材(\*)を販売する小売店が登場  
\*「たくわん貿易」の呼称が表す通り、当時は漬物、缶詰、乾物、日用雑貨が中心だった

  - ①米本土初の開業 → 金井商店 (1896年 ロサンゼルス)
  - ②東海岸初の開業 → 片桐商店 (1907年 ニューヨーク)
  - ③西海岸初の開業 → 宇和島屋 (1928年 ワシントン州タコマ)
- 日本型スーパーマーケットの台頭
  - ④ヤオハン (1979年 フレスノ) @サンライズマート (1995年 ニューヨーク)
  - ⑤マルカイ (1965年 ガーデナ) ⑩マルイチ (1991年 コネチカット州グリニッチ)
  - ⑥ニジヤ (1986年 サンディエゴ) ⑪ダイブ (2008年 ニューヨーク)
- 日本の大手資本の参入
  - ⑦ミツワマーケットプレイス
    - \*1997年、日本でヤオハンが倒産後、社名をミツワに改称し現地化、2012年にカメイグループによるM&Aを経て現在に至る
  - ⑧トヨーセントラル
    - \*2013年、PPIHグループによるM&Aを経てドン・キホーテ傘下となり現在に至る

参考: J MARKETING INC.





### 13. 総括

3年に及んだ新型コロナウイルスによるパンデミックの影響によって中断を余儀なくされた本展示会「JFE=ジャパニーズ・フードエキスポ」は昨2022年にやっと実開催を復活させることが出来ました。今年2023年はこれをさらに充実させてロサンゼルスにおいては第16回目の、そしてニューヨークでも第1回となるJFEを開催する事ができました。

ロサンゼルス会場は「ヒルトンホテル・ユニバーサルシティ」の全宴会場スペースを借り切って、80社・団体の出展者による1日イベントに合計2,300人以上の来場者（B2B招待者725人、一般有料入場者1,303人、来賓・その他287人）を迎え、コロナ禍以前の規模・来場者に戻ることができました。

ニューヨークではロサンゼルスでのJFEとは異なり、日系商業施設内のイベント・スペースにて金～日の3日間開催、ショッピングに訪れる米人一般客を対象に「即売を前提とする展示・試食」という新しい試みのイベントを実施し、期間中 雨天2日間という悪条件にもかかわらず、12,000人近い来場者がありました。こちらの出展者は30社・団体を数え、各社が自社商品の味をアピールして販売に務めました。

どちらの会場にも、従来通り日本食の基幹食材、いわゆる「コメ・味噌・醤油」類が出展されたことは勿論、今回は特に日本産水産物、ホタテやブリなどが お馴染みの「マグロ」（解体ショーを含む）と共に加わり、試食品の多様化をもたらし、来場されたアメリカ人に幅広い日本食のテイastingをして頂く事ができました。

今回も日本政府・農林水産省、日本貿易振興機構《JETRO》からの支援を受け、特にロサンゼルスイベントは私ども、日本食文化振興協会とJETRO・ロサンゼルス事務所の共催という形での開催をする事ができ、「官民一体となって日本食の普及・啓蒙活動をする」形が実現できました。関係者の皆さまにはこの場を借りて、篤く御礼と感謝を申し上げます。

ロシアのウクライナ侵攻、イスラエルとハマスの間の武力衝突など、コロナ禍の収束に反比例するかのように、世界には多くの新たな問題が起こっています。戦争や災害時に必ずクローズアップされる重要項目のひとつは「食糧の安全保障」です。食べ物が無ければ人類は生存して行けません。日本の食品産業に従事する多くの方々、農家の皆さんが丹精を込めて育てた農作物、漁師の皆さんが大変な重労働をされて収穫した水産物、それらを原料として美味しい食品に仕上げる加工業の皆さん、その食品が流通業の皆さんの手によって日本全国に届けられ、一般消費者は日々その恩恵に浴しています。

私ども カリフォルニア州非営利法人「日本食文化振興協会」は、この美味しく健康的な日本食とその文化をアメリカの消費者に知って頂くための活動を続けて参ります。それによって、上述のサプライチェーンがアメリカへ、世界へといっそうの拡大発展をして行く事を目指してゆきます。