日本貿易振興機構（ジェトロ）

2026 年 3 月
ジェトロ・ロサンゼルス事務所

北米 EC 動向

アメリカの健康意識向上に伴う日本食品の参入機会

これまでの米国は、大量消費や質の低い食事、それに伴う生活習慣病の広がりなど、必ずしも健康意識の高い国とは言えなかった。実際、2019 年にブルームバーグが行った調査では米国は 35 位と、先進国の中では最下位だった（出典）。しかし近年は、若い世代を中心に意識の変化が起きており、健康志向は一部の意識の高い消費者だけのものではなくなりつつある。今や米国の Z 世代とミレニアル世代の 3 割以上がフィットネス・健康アプリを利用しており、こうした意識は親世代を含む他の世代にも広がっている。長らく健康後進国とされてきた米国でも「自分で健康を維持・向上させる」という考え方が社会全体に浸透し始めていると言える。特に食品業界に目を向けると、自然食品とオーガニック食品・飲料における市場規模は 2008 年時点で 1,000 億ドル規模だったが、2026 年 3 月時点では 3,428 億ドルまで急成長している（出典）。

こうした米国消費者の健康意識の高まりを背景に、食品業界では栄養素や機能性を訴求する商品が近年急増している。2025 年には、パンケーキ・パスタソース・スナック・飲料など、さまざまな食品カテゴリーでタンパク質を配合された商品が発表・販売され、満腹感の向上と筋肉の健康維持を目的に購入されている。またターゲットを絞り、必要な栄養素や機能に特化した製品も数多く登場している。例えば、Brianic は、無添加砂糖や栄養密度を重視し、子どもの栄養に配慮した製品を展開している。また 0 Positiv は、ホルモンバランスや更年期サポートなど、女性特有の健康問題に対応する製品を販売しており、このような分野特化型の商品は今後も拡大していくと考えられる。

また今後、米国消費者の食に対する意識の高まりをさらに加速させる要因として、米国政府による食事ガイドラインの大幅刷新が注目されている。2026 年 1 月に発表された新たな「アメリカ人のための食事ガイドライン」では、これまでの炭水化物中心の食生活から、たんぱく質、乳製品、健康的な脂肪を食事の基盤と位置付け、過度に加工された食品は避けるよう促している（出典）。このようにアメリカ人の食事に対する考え方は、従来の産業構造

禁無断転載 Copyright（C）2026.JETRO All rights reserved.

や慣習に影響されたものではなく、栄養学や健康の観点を重視した方向へと舵が切られつつある。

こうした需要の変化を受け、日本企業も米国における健康食品の販売に力を入れ始めている。例えば日清食品は、2025年6月から「完全メシ」を「Kanzen Meal」という名称で米国展開を始め、米国で急増する減量薬ユーザーなどの需要取り込みを狙っている。Kanzen Mealは直近では小売大手Albertson's での展開も開始し、販売店舗数を急拡大している。日本が培ってきた「栄養」と「おいしさ」の両立を目指す技術力を活かした輸出事例と言える。また、日本人起業家が立ち上げた米国スタートアップAqua Theonは、2024年に海藻を使ったドリンク「OOMEE」を発売し、現在はSproutsやRaley's など有力スーパーで展開している。すでに1,000店舗以上に導入されており、日本の伝統食である海藻と優れた海藻加工技術を活用した日本の強みを活かした好事例と言える。

日本は低い肥満率と高い平均寿命を誇る国として認知されており、その土台となる日本食は健康面とおいしさの両面から世界的な関心を集めている。また、健康と食の領域においては、おいしさや機能性を追求する加工技術・食品開発力、職人のこだわり、発酵食品や海藻などの伝統食材といった点で、米国に対して日本が強みを発揮できる余地は大きい。米国で健康意識が高まっている今こそ、日本食品の展開にとって大きなチャンスであり、Mochi、Sushi、Matchaのように、食を通じて日本文化を世界に広げる機会が眠っているかもしれない。

（作成）ジェトロ・ロサンゼルス事務所
（調査）Exa Innovation Studio, Inc.
【免責条項】
本資料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。
ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本資料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、ジェトロ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。

禁無断転載 Copyright（C）2026.JETRO All rights reserved.