

## 今回のテーマ

## ニューヨーク、四季折々の食文化【前編 秋・冬】

日本食文化の魅力を支える大きな要素は、なんといっても「四季」ではないでしょうか。四季折々の旬の食材、季節に応じた調理方法や盛り付け、料理や季節に合わせてしつらえた器など、海外から見ると特に日本食文化のすばらしさや奥深さを実感します。

「大都会・ニューヨークには季節感がないのでは？」と思う人もいるかもしれませんが、明確な四季があります。そして、**春夏秋冬に応じて食を楽しむ文化・習慣**があります。

今回は、ニューヨークの四季・年中行事について、食文化を軸にご紹介します。**四季折々の食の楽しみ方について、日本との共通点や相違点を知る**ことで、日本産食品・酒類を売り込む切り口を見つけることができるかもしれません。



(写真: 著者撮影)

反対に、日本の四季・年中行事に合わせて日本食・酒類を広めていくことも効果的かもしれません。

また、商社との同行営業やフェアなどの企画展示販売は、飲食業界の繁忙期を避ける方がより多くのビジネスチャンスにつながる可能性もあります。展示会出展に合わせて渡米し、その前後に営業活動や市場調査をするのもよいアイデアだと思います。バイヤーは、われわれが想像している以上に、作り手と会って話を聞くことを求めています。

日本では新学期は4月からですが、米国では秋の始まりである9月が新学期です。以下では、秋から順にニューヨークの四季や年中行事など、ニューヨークの一年の流れをご紹介します。

本レポートを通じて、日本食や酒類の輸出拡大・販路拡大戦略のヒントを見つけたいと思います。

## 【秋】

## 新学期は9月！ニューヨーカーが最も多忙な時期に突入！？

米国の秋は、9月第一月曜日の祝日『レイバーデー（労働者の日）』が終わるとともに訪れます。学生たちは新学期を迎え学業に忙しく、社会人は夏期休暇を楽しんだ後、気持ちをしっかり切り替えて仕事に勤めます。米国人が最も多忙な時期といってもよいでしょう。

## 飲食業界の展示会やイベントが目白押し

9～11月頭は飲食関係のイベントや展示会が目白押し。業界向け・消費者向けともにさまざまなイベントが開催されます。日本食品・酒類を扱う輸入卸商社の中には、この時期に独自の展示会を開催するところがあります。この時期に展示会が集中する理由は、後述する『ホリデーシーズン（Holiday Season）』に向けて**飲食業界全体が準備を開始**するためです。ホリデーシーズンに向けて、飲食店ではメニューを考案したり、小売店ではギフト商品やホームパーティ用の豪華食材を仕入れたりします。

10月1日『日本酒の日（World Sake Day）』前後には日本酒関連の各種イベントも数多く開催されます。

## 収穫の秋を楽しむ

ニュー Yorker の秋のお楽しみは紅葉やリンゴ狩り、カボチャ狩り（パンプキンパッチ）。“ニューヨーク”と聞くと高層ビルが建ち並ぶ摩天楼を思い浮かべる人も多いと思いますが、マンハッタン中心地から車で30分も走れば自然豊かな地域が広がります。

紅葉やリンゴ狩りを楽しんだ後、ファームスタンド（農家直売所）で旬の野菜や果物、焼きたてのアップルパイや手作りジャムなどを買うのも、秋ならではの醍醐味です。



秋の収穫であふれるマンハッタン区のファーマーズ・マーケット。  
（写真：著者撮影）



アップルサイダー・ビールなど秋限定の飲料を提供する果樹園も。  
（写真：著者撮影）

## パンプキンフレーバーや秋のスパイスを使った商品があふれる

**10月31日には、米国人が大好きなお祭り『ハロウィン（Halloween）』**がやってきます。ニューヨークでは世界的に有名なハロウィン・パレードが開催され、気合いの入った衣装で盛り上がる人々の姿がみられます。9月に入ると早々に街はハロウィンムードに。

レストランやバーでは、ハロウィン関連イベントを開催したり、**パンプキンをはじめとする秋の食材やスパイスを使った特別メニューやデザートを提供**したりします。

食料品店ではトリック・オア・トリート（Trick or Treat）用のお菓子類はもちろん、**パンプキン風味の食品や飲料が並びます**。



パンプキン・フレーバーの食品が続き登場し特設コーナーが設けられることも。ビール、スキンケア商品や犬用おやつまでハロウィン一色。『トレーダー・ジョーズ（Trader Joe's）』にて。（写真：著者撮影）



カフェでは“秋のスパイス”を入れた「パンプキン・スパイス・ラテ」なども登場する。秋のスパイスとは、シナモン、ナツメグ、ジンジャーなどをブレンドしたもので、食品や飲料に温かみや風味を加えてくれる。

（写真出典：Starbucks公式サイト  
<https://about.starbucks.com/press/2023/starbucks-pumpkin-spice-latte-returns-for-its-20th-year-on-aug-24/>）

## 【冬】

### 日没が早まり冬の到来を実感

秋の始まりのように、「この日から冬」という明確な区切りはないのですが、**冬の到来を実感するのは、11月第一日曜日に「夏時間」が終了した時**でしょうか。「夏時間」は、“太陽光を有効に活用する”という意味で『デイライト・セービング・タイム (Daylight Saving Time) 』と呼ばれます。この日を境に時計を1時間戻すので、午後4時台には日が暮れるようになります。急速に冷え込んでくるので、ダウンジャケットやマフラーで防寒する日々が始まります。

### 人々が集いギフトを贈り合う、心温まるホリデーシーズン

ホリデーシーズンとは、**11月第四木曜日の『サンクスギビング (Thanksgiving、感謝祭) 』から『元旦 (New Year's Day) 』まで**を指します。

この時期にはさまざまな宗教や民族の祭日がありますが、代表的なものでは、キリスト教の祭日『クリスマス (Christmas、12月25日) 』、ユダヤ教徒の祭日『ハヌカ (Hanukkah、ユダヤ歴に基づき毎年変わるが8日間) 』、アフリカ系アメリカ人の文化とコミュニティを祝う祭日『クワンザ (Kwanzaa、12月26日～1月1日) 』があります。多様な人種が暮らすニューヨークでは特に、“クリスマス”という表記を見る機会が少なく、この時期のあいさつは「ハッピー・ホリデーズ！ (Happy Holidays!) 」です。

ニューヨークにはユダヤ系人種が多いため、街のあちこちで「ハヌカ」のシンボルである燭台を見かける。“聖油の奇跡”にちなんで油を使った料理を食べる。  
(写真: JETROニューヨーク事務所撮影)



ギフト商戦が活性化。百貨店やショップはもちろん、街の至る所に期間限定の「ホリデーマーケット (Holiday Market) 」が設置される。ニューヨークの冬の風物詩。(写真撮影: JETROニューヨーク事務所)

ニューヨークの冬は長くて寒いですが、外食やホームパーティなど家族や友人と集う機会が増え、心温まる季節です。**一年で一番、食品や飲料が消費される時期で、高級食材・高級酒もよく動きます**。コロナ禍の2020～21年頃から物価高が続いているため、以前と比較して家で開催することが多くなったようです。特に昨年はトランプ関税の影響もあり節約傾向が高まり、持ち寄りパーティが増えたようです。

ホームパーティに招かれた時には、お酒やデザートを持っていくのが一般的。また、**親しい人々へ感謝の気持ちを込めたギフトを贈り合う習慣**もあり、ギフトには食品や酒類を選ぶ人も多くいます。



米国の家庭には、七面鳥が入る大型オーブンが備え付けられているのが一般的。当日は、オーブンフル稼働で七面鳥丸焼きやインゲンやヤムなどを使った副菜を作る家庭が多い。  
(写真撮影: JETRO ニューヨーク事務所)

### サンクスギビングはまるで日本のお正月！

『サンクスギビング』は、**日本人にとってのお正月と同じくらい、米国人にとって重要な日**。宗教や民族とは関係ない祝日で、家族や友人と集い伝統的な食事を囲み、収穫や恵みに感謝する日です。

一部の業種を除き、翌金曜日も休暇になり4連休になる人が多いです。家族と遠く離れて暮らす人々もサンクスギビングには帰省するので、この週前後の飛行機や鉄道は大混雑。日本の年末年始の帰省ラッシュを思い起こしますね。

サンクスギビング当日は多くの飲食店・小売店が休みになりますが、特別ディナーを提供する店もあります。恒例料理に限らず「ご馳走を食べる」という時期でもあるので、特別ディナーを提供する日本食店もあります。

## ブラックフライデーからホリデー商戦が本格化

そして、**サンクスギビング翌日の金曜日は「ブラックフライデー（Black Friday）」**です。**ホリデー商戦が本格化**し、小売店の売上が黒字に転じることから、ブラックフライデーという名前が付いたそうです。多くの人がショッピングに繰り出す様子は、日本の新春初売りや福袋を思い起こします。米国ではECサイトを中心に「サイバーマンデー（Cyber Monday）」セールも多く行われます。今や両者の境界が曖昧になっており、一連のブラックフライデーセールとして開催されているケースも多いです。

日本にはサンクスギビングはありませんが、ブラックフライデーだけがすっかり定着していますね。いつかサンクスギビングも定着する日が来るのでしょうか。

テレビでのアメフト観戦もこの時期らしい過ごし方です。「実家に帰省して、ご馳走を食べながら、テレビでスポーツ観戦して、ショッピングして…」という様子は、日本のお正月との共通点が多く興味深いです。

## 企業が従業員と家族をねぎらうパーティも

ホリデーシーズンの時期に、**企業が従業員とその家族をねぎらうことを目的とした「コーポレート・ホリデー・パーティ」も数多く開催**されます。日本の忘年会と似ていますが、従業員だけで集まるのではなく、家族も招くところが米国らしいですね。会社の方針によって子どもがOKだったりNGだったりさまざまです。パーティ会場にはレストランやホテルが使われることも多く、飲食業界は連日大忙しです。会社は従業員や家族へ料理やお酒を振る舞うだけでなく、ギフトを用意することもあります。

ホリデーシーズン中は、家族と集うために祝日前後に長期休暇を取る人も多く、全体的にビジネスがスローになる傾向もあります。

## クリスマスはキリスト教徒の宗教行事

サンクスギビングが終わると次はクリスマス。米国ではさまざまな宗教を信仰する人がいますが、クリスマスは米国国家としての祝日に制定されています。

**クリスマスはキリスト教徒にとって最も大事な祝日**で、教会のミサに出かけ、家族で集まってご馳走を食べます。サンクスギビングのメイン料理は七面鳥ですが、クリスマスにはローストチキンやローストビーフ、ミートローフなどを作る家庭が多いと思います。

クリスマス・イブの午後からレストランやスーパーマーケットはほぼ休みになり、街は静まりかえります。クリスマス当日に開いているレストランは中華や韓国料理店くらいかもしれません。



ロックフェラーセンターのクリスマス・ツリーとスケートリンク。世界各国からの観光客で大賑わいで、歩くのも難しいほど。ロックフェラーセンターでは、歴史的背景・伝統を重んじて“クリスマス・ツリー”と呼んでいる。（写真：著者撮影）



サックス・フィフス・アベニューのライトショーも冬の風物詩。（写真撮影：JETRO ニューヨーク事務所）

キリスト教徒でない人も、家族や親しい人で集まってご馳走を囲みます。日本のクリスマスは、恋人や友人と過ごすイベントとして定着しており、全く異なりますね。イチゴが乗ったクリスマスケーキを食べるのも、日本独自の習慣です。

## お正月三が日 はない！

ホリデーシーズンの締めくくりは『大晦日（New Year's Eve）』と『元旦（New Year）』です。大晦日はカウントダウン・イベントに繰り出す人が多いです。ニューヨークでは、タイムズスクエアのカウントダウンがよく知られていますね。「大晦日に飲んだり騒いだりして、元旦は二日酔いで寝て過ごす」…という人も多いようです。

日本のような「仕事納め」や「三が日」「仕事始め」はないので、カレンダー通りに仕事をする事になり、クリスマス明けの12月26日から12月30日は普通に仕事をして、大晦日に大騒ぎして、元旦でホリデーシーズンは終了です。1月2日から気分を引き締めて仕事開始です。日本では「年内に用事や仕事を片付けてスッキリ新年を迎えたい」という心境になりますが、米国ではまとまった休暇がないせいか、そういう気分にはなりづらいです。大掃除も年末にはせず、「スプリング・クリーニング（Spring Cleaning）」といって、春に大掃除をする習慣があります。

日本食料品店では、12月になると年越し蕎麦、お餅、蒲鉾、伊達巻きなどの**日本の年末年始らしい食材を売り出**します。日本食レストランでも**年越し蕎麦やお節料理を販売したり、お正月特別メニューを提供したり**するところがあります。

## 1月の飲食業界は閑散期、ドライ・ジャニュアリー

元旦でホリデーシーズンは終了。ホリデーシーズンの暴飲暴食を反省してか、ジムで運動する人が急増します。**飲食業界は超多忙なホリデーシーズンを乗り越えて一段落**する時期です。レストランによっては1月2日頃から休むところもありますし、このタイミングを狙って長期休暇を取るシェフや従業員もいます。

**1月に1か月間アルコール摂取を控える取り組み「ドライ・ジャニュアリー（Dry January）」も注目**されています。健康的な生活習慣を始めるきっかけづくりや、飲酒習慣を見直すことを目的としたものです。10月には「ソバー・オクトーバー（Sober October、しらふの10月）」という同様の取り組みもあります。



アルコール売り場の約半分を低アルコール・ノンアルコール飲料が占める。『ホールフーズ・マーケット（Whole Foods Market）』にて。（写真：著者撮影）

### 参考

「ニューヨーカーの飲酒習慣・好みの変化をビジネスチャンスへ変える！」（2025年10月）  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jfoodo/archive/fm\\_report/202510\\_ny-1.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/archive/fm_report/202510_ny-1.pdf)

## 『旧暦新年』はアジア系人種のお祭り

『旧暦新年（Lunar New Year）』は「チャイニーズ・ニュー・イヤー（Chinese New Year）」とも呼ばれ、**中国系・韓国系を中心としたアジア系人種が祝います**。ニューヨークでは中華街（チャイナタウン）をはじめ市内各所でパレードや文化イベントが行われ、舞踊や武道などのパフォーマンスも披露されます。多くの人々が集まり爆竹が鳴り響き、とても賑やかです。餃子や小籠包など縁起がよいとされる伝統料理を囲みます。中国では、赤い封筒に入れた現金を贈り合う習慣がありますが、お菓子や果物セットなどもギフトとして選ばれます。

## 『スーパーボウル・サンデー』は米国文化の象徴

『スーパーボウル・サンデー（Super Bowl Sunday）』はアメリカンフットボールの最高峰リーグ、『NFL（The National Football League）』の**年間王者を決める試合が行われる日**で、毎年2月上旬の日曜日に設定されます。街中がしーんとなるほど人がまばらで、みんなテレビに釘付けとなります。典型的な食事はチキン・ウイング（手羽先唐揚げ）とビール。ほかにはピザやナチョス、チップスとディップソースなど、アメリカンな料理やスナックが並びます。「ピッグス・イン・ア・ブランケット（Pigs in a blanket、"毛布にくるまれた豚"という意味）」という、ソーセージをパン生地やパイ生地で作った料理も、アメフト観戦のお供として頻りに登場します。**サンクスギビングに次いで、多くの食品・飲料が消費される日**なのだそう。

スーパーボウルでは、著名なタレントによる豪華なハーフタイムショーや高額なCM放映も毎年話題になり、**単なるスポーツイベントを超えて多くの米国人が注目**しています。“米国文化の象徴”と言ってもよいかもしれません。

## 『バレンタイン・デー』は男性が女性に尽くす日！？

『バレンタイン・デー（St. Valentine's Day）』は、古代ローマ時代に実在したヴァレンタイン司祭に由来するといわれ、家族や恋人、友人など親しい人へ愛情や友情の気持ちを伝える日です。カードや花、チョコレートを贈り合います。

“親しい人へ愛を伝える日”といわれているものの、**どちらかというと、男性が女性に尽くす日という印象**で、花屋には男性が長蛇の列を作り、バラの花束や大きなティンバアを抱えて歩く男性の姿をよく目にします。

2月もビジネス閑散期なので、**多くのレストランでは、バレンタイン特別ディナーに力を入れています。**

ギフトには食品や酒類も選ばれます。1月後半頃からピンク色や赤色のもの、花やハートをモチーフにしたものが売り場にあふれ、暗く長い冬に彩りを添えてくれます。



バレンタイン・デー当日、花屋に行列する人々（写真：著者撮影）



真っ赤なバラの花束が店頭に並ぶ。スーパーマーケット『ウェグマンズ（Wegmans）』にて。（写真：著者撮影）

日本では、主に女性から男性にチョコレートを贈る日として、独自の文化習慣として定着していますね。男性から女性にお返しを贈る「ホワイトデー」も日本独自の文化習慣で、米国にはありません。

後編では、春・夏の食文化についてお届けします。

### 【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）  
海外フィールドマーケター（米国、ニューヨーク）

太田 あや（OTA Aya）

BIO ARTS NYC, INC. 代表。  
食・健康分野を中心に、事業コンサルティングや市場調査、視察研修のほか、フード&ヘルスライターとして執筆経験も多数。  
日本の自治体や政府と共に、バイヤー招聘事業や知事現地トップセールス時の広報・コーディネート業務など、数々の日本産品輸出拡大プロジェクトを支援。  
ニューヨーク市場への日本産食品・酒類の輸出拡大に取り組んでいる。

【免責事項】本レポート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ください。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、本レポート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、ご了承ください。