

米国（南カリフォルニア）における
日本食レストラン実態調査
～日本食レストランへのインタビューから～

日本貿易振興機構（ジェトロ）
ロサンゼルス事務所
農林水産・食品部 農林水産・食品調査課
2015年3月

【免責条項】本報告書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。ジェットロは、できる限り正確な情報の提供を心掛けておりますが、本報告書で提供した内容に関して、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、ジェットロ及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。

米国(南カリフォルニア)

- ・ 安心信頼、高品質の日本産。
- ・ 日系メーカーによる現地または第三国産品には味の向上を望む。

調査内容

1. 日本食レストラン基本情報：

- ① レストラン総数
- ② 日本食レストラン数
- ③ 主な業種と価格帯
- ④ その他：近年の人気業種など出店のトレンド

2. インタビュー結果：

- ① 店舗概要（立地、顧客層、価格帯、人気メニュー）
- ② 仕入れの実態（取扱い日本産食材※の有無、主な取扱い日本産食材とそのシェア、入手ルート）※食材の産地等の認識はレストラン側の認識に基づく。
- ③ 日本産食材への評価
- ④ 日系メーカーによる現地産食材、第三国からの輸入食材使用状況
- ⑤ 日本産食材調達・使用における課題
- ⑥ その他個別課題

日本食レストラン基本情報

日本食レストラン基本情報

①レストラン総数、②日本食レストラン数

南カリフォルニア 全10郡

インペリアル郡、ケーン郡、ロサンゼルス郡、オレンジ郡、リバーサイド郡、サンバーナディーノ郡、サンディエゴ郡、サンルイスオビスポ郡、サンタバーバラ郡、ベンチュラ郡

①レストラン総数 38,673

②日本食レストラン数 2,986

郡	レストラン総数	日本食レストラン数
インペリアル	203	7
ケーン	1,054	33
ロサンゼルス	17,330	1,489
オレンジ	6,061	596
リバーサイド	2,844	159
サンバーナディーノ	2,667	154
サンディエゴ	5,677	395
サンルイスオビスポ	622	25
サンタバーバラ	837	36
ベンチュラ	1,378	92
合計	38,673	2,986

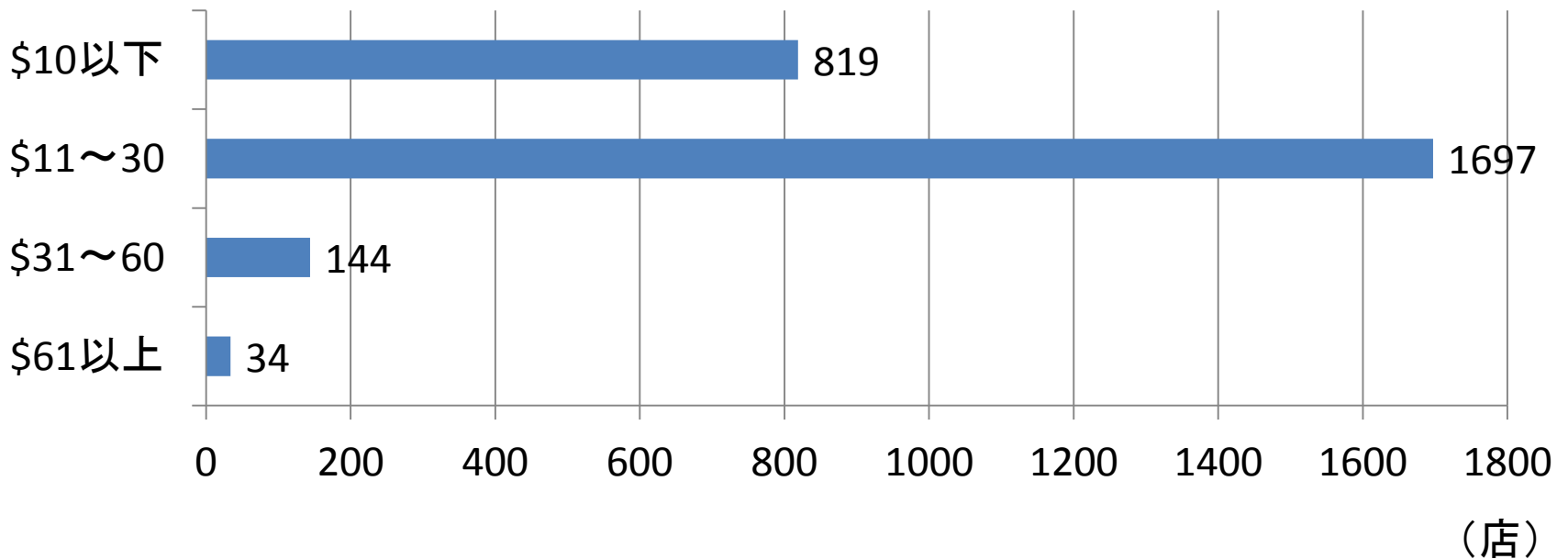
* センサス2012調べ

日本食レストラン基本情報

③主な業種と価格帯（現地通貨US\$ = 119円 ※2015年3月現在）

日本食レストラン: 2,694店

日本食レストラン



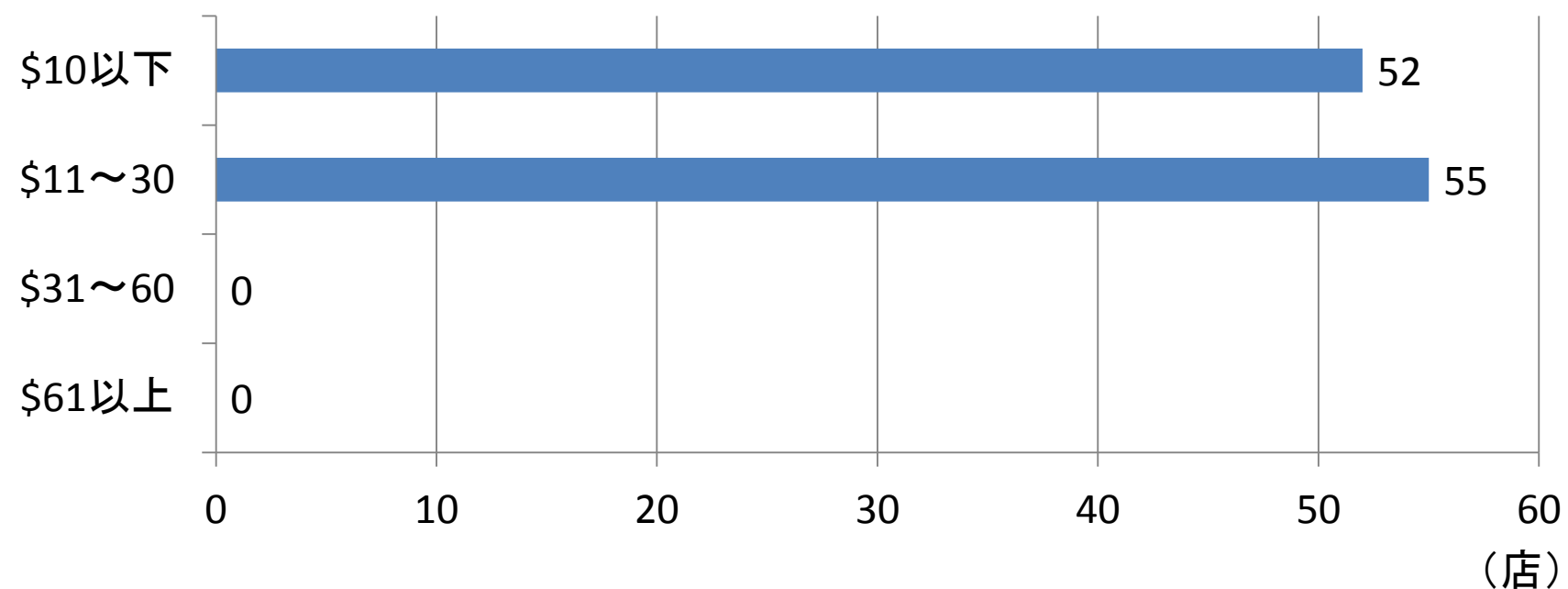
* yelp調べ
プライスレンジ表記のあった店のみを集計とする

日本食レストラン基本情報

③主な業種と価格帯（現地通貨US\$ = 119円 ※2015年3月現在）

ラーメン店：107店

ラーメン店



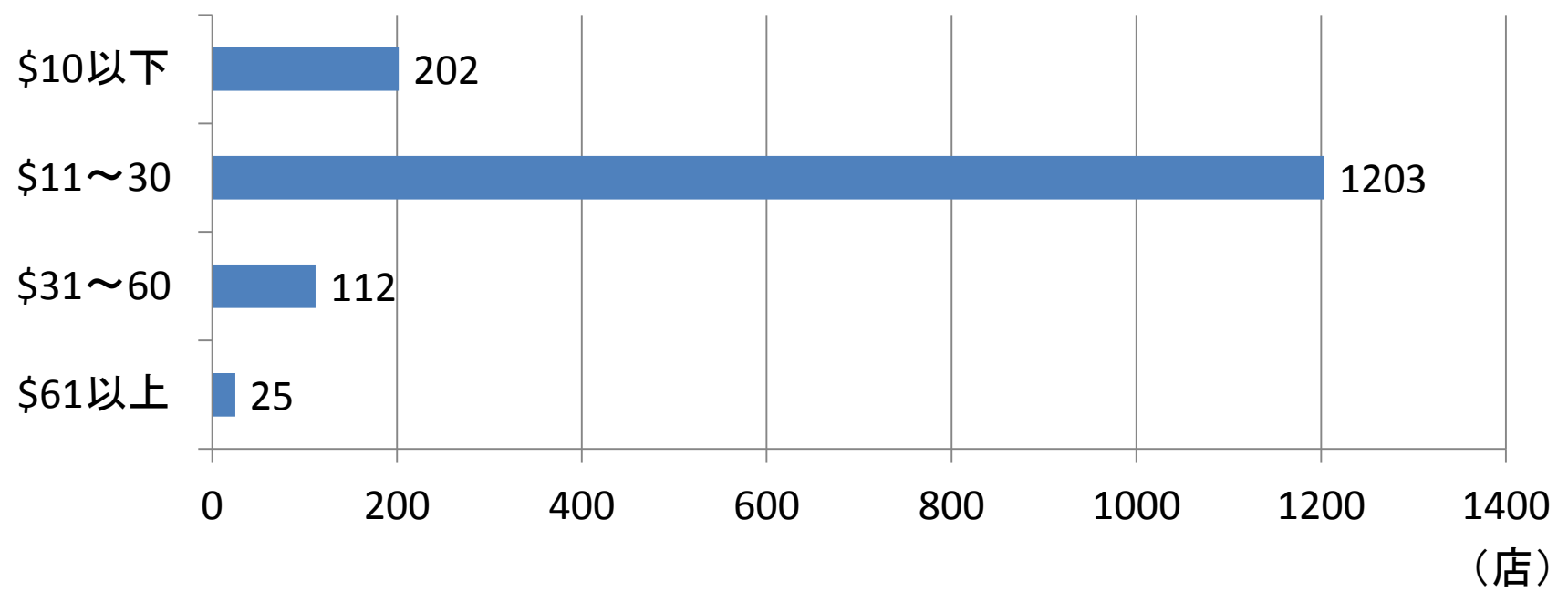
* yelp調べ
プライスレンジ表記のあった店のみの集計とする

日本食レストラン基本情報

③主な業種と価格帯 (現地通貨US\$ = 119円 ※2015年3月現在)

寿司店: 1,542店

寿司店



* yelp調べ
プライスレンジ表記のあった店のみを集計とする

日本食レストラン基本情報 ④ その他

- 最近、中華系・韓国系を中心としたアジア人が、日本人オーナーからラーメン、寿司、鍋料理の店を買い取るケースが急増している。特にラーメンは、大手メーカーや貿易会社のラーメンセット商材も充実し、料理経験がなくても手軽にできるとのイメージから、日本人オーナーの店を購入し、数日料理講習を受け、レシピとメニュー、さらに店名も引き継ぎ営業するケースも多い。また新規開店の日本食店も、日本人以外がオーナー、または日本人シェフのいない店も、これまで以上に増加傾向にある。さらに、カテゴリーとして日本食に分類されない中華や韓国料理でも、ラーメンや寿司、焼き鳥を提供する店が増えている。同時にアジアに限らず、フレンチやイタリアン、カリフォルニア料理でも、日本食材（味噌、醤油、みりん、ゆず胡椒などの調味料だけでなく、海苔、わかめ、和牛など）を使い、創作和食に近い料理を出す店も増え、人気を得ている。



中国人オーナーが作るラーメン



マレーシア系オーナーのしゃぶしゃぶ店



味噌を使ったハンバーガー

事例集：日本食レストランへのインタビュー (13件)

(まとめ) 日本産食材「使用」レストラン

日本産食材※使用レストラン (まとめ)

- 1) 主な使用日本産食材：醤油、味噌、魚、日本酒、和牛、乾物
- 2) 日本産食材の入手ルート：現地日系食品商社 13件、直接買付け 3件
- 3) 日本産食材に対して評価する点

- ・品質が高い。味が良い。安心して使える。信頼できる。管理状態が良い。
- ・日本産食材と日系メーカーの現地または第三国産とでは味が全く異なる。
- ・日本産食材を使うことで、他店との差別化を図ることができる。

4) 日本産食材の問題点

- ・価格が高い：

「日本産と現地産を比べると味が違うので、日本産を使わざるを得ない」「日系メーカーの現地産食材も質が上があれば、日本産から切り替えコストカットを図りたい」といった声も

- ・流通が不安定：

「米国の状況によって流通が左右される」「価格差や流通不安定の側面からも、日系メーカーによる現地または第三国産品の品質が上がれば代替可能」といった声も

- ・安全性について更なるPR努力が必要：

放射能について、口に出す人は減ったが未だに心配しているはずなので、行政が責任を持って安全性をPRする必要があるとの声も

※食材の産地等の認識はレストラン側の認識に基づく。

使用事例① A店 (業態 居酒屋)

①店舗概要 (立地、顧客層、価格帯、人気メニュー)

南カリフォルニアにおいて、あえて日本人の少ない地域で2015年2月現在4店舗を展開。現在北カリフォルニアにも出店準備中。

客層：	Monrovia	\$25~\$30	アジア系 90%	白人 10%	
	West Covina	\$25~\$30	アジア系 70%	ヒスパニック 20%	白人 10%
	Encino	\$30~\$35	白人 90%	アジア系 10%	
	Palm Springs	\$30~\$35	白人 80%	米国人 20%	
価格帯 (客単価)：	ランチ \$15~\$20		ディナー \$25~\$36		

人気メニュー

ロール寿司 \$8.98~\$15

②仕入れの実態

- ・取扱い日本産食材 有
- ・主な取扱い日本産食材とそのシェア
魚、和牛、たまり醤油、醤油、味噌、酢、調味料全般、アルコール類
日本産食材：90% その他：10%
- ・入手ルート 日系貿易卸企業、日本から店舗直送

③日本産食材への評価 味、香り、品質が良い、求める味を追求すると日本産食材になる。

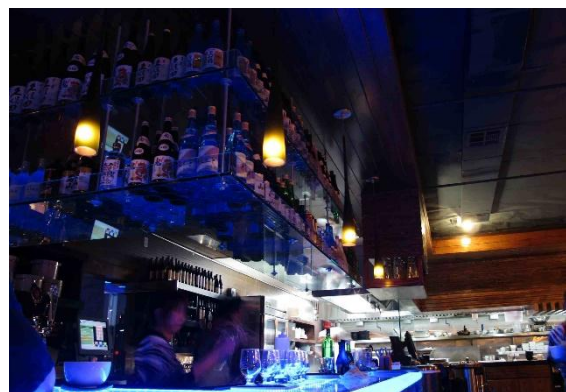
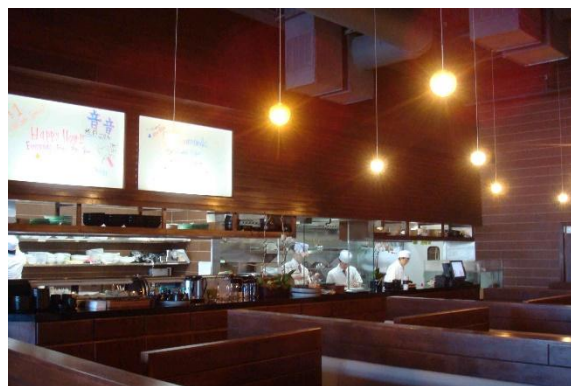
④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況
日本産か日本企業の現地または第三国産かは認識し使い分けている。日本産食材 50%、現地または第三国産 50%

⑤日本産食材調達・使用における課題
価格が高い。現地産で日本産と同じ品質が得られるのであれば切り替えていきたい。

⑥その他個別課題

日本産と現地または第三国産の味を比べると、同じメーカーの商品でも歴然と違いがある。そのために日本産にこだわらざるを得ない。現地産の味の向上。

使用事例① A店 (業態 居酒屋)



使用事例② B店 (業態 ラーメン居酒屋)

①店舗概要（立地、顧客層、価格帯、人気メニュー）

ロサンゼルス市サウスベイの都市。日本企業も多く、北米で一番日本人の割合が多い都市でもある。2010年のセンサス調査で人口は5万8,829人、うちアジア系人口は1万5,420人で26.2%。半径20km圏内に20店舗以上のラーメン店がひしめく地域。

客層：アジア系 50%（内訳：日系30%、中国・韓国系 20%） 米国人 50%

価格帯（客単価）：ランチ \$13 ディナー \$30

人気メニュー

醤油ラーメン	\$7.50~\$9.95
串焼き	\$2.00~\$5.00

②仕入れの実態

- ・取扱い日本産食材 有
- ・主な取扱い日本産食材とそのシェア
味噌、醤油、麺（野菜以外はほとんど）
日本産食材：90% その他：10%
- ・入手ルート 日系貿易卸企業

③日本産食材への評価 高品質、日本に近い味が出せる。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況
原産国を確認していないので、正確にはわからない。

⑤日本産食材調達・使用における課題
魚やつまみ系など、日本でしか手に入らない食材が入ってくればぜひ使いたいが、現状ではほとんど入荷していない。

⑥その他個別課題
他の店では扱っていないような食材が欲しいが、情報が入りにくい。

使用事例② B店 (業態 ラーメン居酒屋)



使用事例③ C店 (業態 ジャパニーズイタリアン)

①店舗概要 (立地、顧客層、価格帯、人気メニュー)

ロサンゼルス郡南部の商業の中心地。トヨタ、ホンダ、アルパイン、パナソニックなど大手日系企業が多く、日系人も集中して住んでいる地域。日本人のランドマーク的存在の日系スーパーと同じ敷地内にある。ハードリカーライセンス保有。

客層：日本人 60% 日本以外のアジア系 20% 米国人 20%

価格帯 (客単価) : \$35~\$40

人気メニュー

パスタ \$15 前後

②仕入れの実態

- ・取扱い日本産食材 有
- ・主な取扱い日本産食材とそのシェア
米、醤油、味噌、ゆず胡椒、みりん、昆布茶、抹茶、アルコール
日本産食材：70% その他：30%
- ・入手ルート 日系貿易卸企業、日系スーパーマーケット

③日本産食材への評価 イタリアンに和の要素を入れるのに使え、店の独自性が打ち出せる。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況
日系貿易会社から仕入れたものを特に意識していないので、現地産か第三国産かわからない。

⑤日本産食材調達・使用における課題
価格が高い。欲しい食材がすべて入ってきているわけではないので、品数の少なさを感じる。

⑥その他個別課題
衛生局 (保健所) の検査が厳しく、基準も検査内容も人によって違ったり、ルールがどんどん変わったりするので、そこに対応するのが大変である。

使用事例③ C店 (業態 ジャパニーズイタリアン)



使用事例④ 甲州（業態 寿司・割烹）

⑥その他個別課題

米国においても、利き酒師のような、和食職人の免許証などを発行して欲しい。日本人の少ない地域での営業は、韓国人や中国人が安く商う食べ放題の店とも競合する。その中で、本当の和食を出す店と、そうでない店の違いをお客さんに伝えるのは難しい。実際にお客さんから、なぜこの店は高いのか？食べ放題の店と何が違うのだと説明を求められることもある。和食職人の免許証を日本人だけに発行する必要はないが、それなりの機関が運営する学校や組織で講習を受けることで得られるシステムであれば、お客さんにも「うちは免許証を持っている職人の店だから」と説明ができる。その免許証に価値を持たせるためには、日本の行政が関わっているものである方が良い。



使用事例⑤ 早川

(業態 ジャパニーズ・フレンチ)

①店舗概要 (立地、顧客層、価格帯、人気メニュー)

全米でも最も人口成長率の高い地域。アジア系特に中華系富裕層の流入が目立ち、センサス調査委によると1980年から2000年までの間にアジア系人口が32.6%上昇している。人口の半分以上が中華系、特に富裕層の多い地域。

客層：中国人（台湾人を含む） 60% 米国人 40%（特にヒスパニック系の富裕層が多い）

価格帯（客単価）：ランチ \$20～\$25 デイナー \$30～\$40

人気メニュー

ツナ天ぷらロール \$19 おまかせコース \$80

②仕入れの実態

- ・取扱い日本産食材 有
- ・主な取扱い日本産食材とそのシェア
 - 魚、調味料、酒、ビール、海苔、茶
 - 日本産食材：50% その他：50%
- ・入手ルート 日系貿易卸企業

③日本産食材への評価

この地域の店としては高級店なので良い品物を使いたい。だから高くても日本産食材にこだわっている。白人のお客様でも味はわかる。日本産食材は品質が良い。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況

ゆず胡椒など限られた食材は、日本産を意識して仕入れている。信頼性の面から、食材は、すべて日本の業者から仕入れている。お客様に安心して出すためには、日本人のフィルターを通した食材しか使いたくない。日本の業者が選んで勤めてくるフィルターを信頼しているので、特に日本産に限った仕入れはしていない。同じ商品でも、中華系や韓国系の業者は安く持ってくるが、店に来るまでにどのような状態だったのかわからないので、すべて日本の業者を使っている。

⑤日本産食材調達・使用における課題

値段が高い。ビバリーヒルズ店と同じ食材を仕入れているが、この地域では同様の高い価格をつけられないので、もっと安いと助かる。使いたい食材はまだまだたくさんあるが、なかなか入ってこない。為替や港の状況で、値段が変わったり流通に変動があったりするのが困る。

使用事例⑤ 早川 (業態 ジャパニーズ・フレンチ)

⑥その他個別課題

和食認証ステッカーなどを作って欲しい。いわゆる“なんちゃって和食”との差別化を図っていかなければならないので、日本の行政がそれを主導してもらえると助かる。ZAGATは以前日本食レストランガイドブックを出版していたが、そのようなガイドブックがまた発行されることを期待している。



使用事例⑥ 森寿司（業態 寿司・割烹）

①店舗概要（立地、顧客層、価格帯、人気メニュー）

サンタモニカの東側に位置する日本人が多く住む地域。寿司屋やラーメン店の数も多く、日本人向けのレベルの高い料理を出す店が多い。

客層：アジア系 45%（日本人15%、中国台湾系30%）

米国人 55%（イタリア、スペイン系も多い）

価格帯（客単価）：\$50以下か、\$100以上の二つに分かれる

人気メニュー

おまかせ（シェフズチョイス）フィックス\$120、プレミアム\$180

②仕入れの実態

・取扱い日本産食材 有

・主な取扱い日本産食材とそのシェア

魚、野菜（ミョウガ、筍、フルーツなど）、調味料、酒

日本産食材：80%

その他：20%

・入手ルート

日系貿易卸企業、個人の魚屋（四国、富山の業者が直接ロサンゼルス国際空港に入れている）

③日本産食材への評価

品質が高い。特に商品の管理状態が他の国と比べるとずば抜けている。しっかりと管理しているので、安心して使える。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況

日本メーカーによる日本産と現地または第三国産については認識して使っている。調味料などの一部は現地産を使うが、第三国産は使わないようにしている。特に中国産については、注意して取り扱うか決めている。生もの以外の半分くらいの日本食材は、現地生産品を使っている。魚については日本産を使っている。

⑤日本産食材調達・使用における課題

放射能チェックをしっかりと欲しい。

為替の変動によって仕入れ価格が変動するが、もう少し安定するといい。流通量や流通品目は、最近はかなり豊富になっている。個人で出荷する人も出てきているので、その気になればいろいろな品が仕入れられる。

使用事例⑥ 森寿司（業態 寿司・割烹）

⑥その他個別課題

港の閉鎖による影響はほとんどなかった。一週間くらいであれば、問題はない。魚などの生鮮品はほとんど空輸を利用しているので問題はない。

米国公衆衛生局の規制、NSF（National Science Foundation）の規格への対応が難しい。NSFの規格品以外は厨房機器としての使用を禁じられているが、NSFの規格品といっても、必ずしも品質がよいとは限らず制限が多くて使いづらい。

本当に使いやすい機材を使いたい。衛生局（保健所）も未だに木のまな板を使ってはいけないなど、和食を理解していないルールがたくさんあるので、徐々に改善されていくことを期待している。



使用事例⑦ D店 (業態 うどん・居酒屋)

①店舗概要（立地、顧客層、価格帯、人気メニュー）

ロサンゼルス市サウスベイの都市。日本企業も多く、北米で一番日本人の割合が多い都市でもある。2010年のセンサス調査で人口は5万8,829人、うちアジア系人口は1万5,420人で26.2%。同じ敷地内に、日系の寿司屋、居酒屋、ケーキ屋、ナイトクラブ、ラーメン屋、そして日系の銀行がある。

客層：日本人 40% 中国・韓国系 40% 米国人 20%
価格帯（客単価）：ランチ \$16～\$17 ディナー \$26

人気メニュー

鍋焼きうどん \$13.50 さぬき弁当 \$18

②仕入れの実態

- ・取扱い日本産食材 有
- ・主な取扱い日本産食材とそのシェア
しょうゆ、味噌、黒豚
日本産食材：70% その他：30%
- ・入手ルート 日系貿易卸企業

③日本産食材への評価 安心して使える。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況

コストカットの意味合いから、日本メーカーの製品でも日本産と現地または第三国産は意識しているが、純粋な日本産だけを使っているわけではない。

⑤日本産食材調達・使用における課題

港湾の混雑など、米国の状況によって入荷が滞るのは困る。特にメンマ、里芋は現時点で困っている。このまま続くと、今度うどんの入荷に影響が出るのではないかと、心配をしている。政治や治安に左右されない流通を確保して欲しい。

使用事例⑦ D店 (業態 うどん・居酒屋)

⑥その他個別課題

査証の問題で思うように雇用ができない。また衛生局（保健所）の検査が、人によってルールが違ったり、あえて忙しい時間帯を狙って入ってくると話に聞いているので、困っている。



使用事例⑧ 友禅（業態 寿司・居酒屋）

①店舗概要（立地、顧客層、価格帯、人気メニュー）

サンタモニカビーチの近く、白人が多く、少し歩けば大きなショッピングセンターがある地域。

客層：アジア人 15%（うち日本人2%ほど） 米国人 85%

価格帯（客単価）：ランチ \$15～\$20 デイナー \$35～\$40

人気メニュー

コンビネーション \$21 クランチロール \$12.50 おつまみ系 \$6.50前後

②仕入れの実態

- ・取扱い日本産食材 有
- ・主な取扱い日本産食材とそのシェア
 - 魚、調味料、乾物
 - 日本産食材：50% その他：50%
- ・入手ルート 日系貿易卸企業

③日本産食材への評価

信頼できる。以前よりも質が上がっている。日本の食材がどんどん入るようになり便利になった。業者に欲しい物を伝えると入ってくるようになり要求が通るようになった。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況

日本産と現地または第三国産の製品は、意識していない。日本のメーカーなら信頼できると考えている。中国・韓国のマーケットや業者の商品は基本的には信頼していない。

⑤日本産食材調達・使用における課題

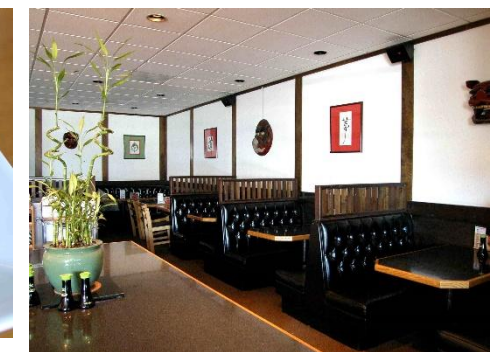
港湾の混雑で、酒や調味料、だしなどが入ってこないのは、現時点では他の物で代用できているが、長引くと特に調味料は困る。

日本の野菜がもっと安くたくさん入ってきて欲しい。魚は入ってくるが農作物はあまり入ってこない。野菜の方が産地による味の違いがはっきりするので、農作物が安く入ってくると助かる。

使用事例⑧ 友禅 (業態 寿司・居酒屋)

⑥その他個別課題

ここは米国なので、査証や衛生局（保健所）の検査など米国のルールに従うのは仕方のないことだと思っているので特別ない。



使用事例⑨ 乾杯（業態 寿司・居酒屋）

⑥その他個別課題

腕と経験のある板前の雇用が難しい。またウェイターウエイトレスも査証の問題から、なかなか思うように人材が確保できない。衛生局（保健所）の検査も人によって基準が違い統一されていないことに困らされている。業務用厨房機器はNSFの規格品でないと使えないきまりだが、その規格品が物が良くない上に高い。同じ製品でもNSF規格とそうでないものは金額が全く違う。使いたい機器が自由に使えるようになると良い。



使用事例⑩ E店（業態 うどん）

①店舗概要（立地、顧客層、価格帯、人気メニュー）

19世紀末に数万人の日本人が移民したことから始まる、米国最大の日本人街。以前は日本人のランドマークとなっていたスーパーマーケットは、現在は韓国系所有となっている。そのマーケット付属のショッピングモール3階に位置する。ボーリング場を有する遊興施設に隣接。

客層：アジア人 70% 米国人 30%

価格帯（客単価）：\$5～\$10

人気メニュー

肉うどん \$5.75 天ぷらうどん \$9

②仕入れの実態

- ・取扱い日本産食材 有
- ・主な取扱い日本産食材とそのシェア
 - だし、うどん、米、醤油
 - 日本産食材：90% その他：10%
- ・入手ルート 日系貿易卸企業、アジア系スーパー

③日本産食材への評価

□サンゼルスは、日本と同じように使える日本食材が入ってくるので、助かる。品質も日本で手に入る物とほとんど変わらない。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況

特別意識をして使っていない。品質で選んでいる。

⑤日本産食材調達・使用における課題

港湾の混雑や政治、治安など米国側の状況でスケジュール通りに品物が入ってこないことが頻繁に起こるのは困る。また急に輸入規制がかけられたりと、流通が安定していないので、その都度の対応が大変である。今回の港湾の混雑では、コンテナでの保存状態を良好に保ってくれたので、まだ良かった。

使用事例⑩ E店 (業態 うどん)

⑥その他個別課題

業務用商品が限られている。小売りでスーパーに並んでいても、同じ物が業務用がない。日本ならば、小売りと業務用はほぼ同じ物があるので、業務用の商品が増えると助かる。

衛生局（保健所）の規則が細かく、日本では当然のことが通らなかつたりする。

査証の基準が厳しい。レストランのマネージャーとして雇うのに高額の給料を払う設定にしないと査証がおりない。



使用事例⑪ F店（業態 焼肉）

⑥その他個別課題

米国の施工業者や修理業者がプロフェッショナルでない。期日を間に合わせない、実際の仕事が丁寧でない。米国の業者とのつきあいが難しい。



使用事例⑫ メゾンアキラ (業態 フレンチ・ジャパニーズ)

①店舗概要 (立地、顧客層、価格帯、人気メニュー) <http://www.maisonakira.com/>
科学や芸術分野の教育機関や美術館なども多い、白人富裕層が多く住む地域。

客層：アジア人 80% (日本人、韓国人は 2%) 白人 20%

価格帯 (客単価)：ランチ \$30~\$40 ディナー \$50~\$150

人気メニュー

ランチ弁当スペシャル \$28

ディナー6品コース \$75

②仕入れの実態

・取扱い日本産食材 有

・主な取扱い日本産食材とそのシェア

味噌、醤油、わさび、ゆず胡椒、大根、大葉、貝割れ、和牛、鰹節、日本酒

日本産食材：30% その他：70%

・入手ルート

日系貿易卸企業、日系野菜卸業者

③日本産食材への評価

品質が良い。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況

日本産と現地または第三国産を意識していない。

⑤日本産食材調達・使用における課題

京人参や京茄子など、京野菜がもっと入ってくるか、もしくはこちらでこだわりをもって生産する人が現れて欲しい。

使用事例⑫ メゾンアキラ (業態 フレンチ・ジャパニーズ)

⑥その他個別課題

最近、衛生局（保健所）の地区担当が変わり、検査基準がかなり厳しくなった。人によって違うのは困る。



使用事例⑬ 東京しゃぶしゃぶ (業態 しゃぶしゃぶ鍋)

①店舗概要 (立地、顧客層、価格帯、人気メニュー) <http://www.tokyoshabushabu.com/>

中華系が多く住む地域に3店舗を展開、オーナーはマレーシア系

客層： Monterey Park	中華系 60%	その他アジア系 20%	米国人 10%	その他 10%
Rowland Heights	中華系 50%	その他アジア系 30%	米国人 10%	その他 10%
Pasadena	中華系 40%	その他アジア系 30%	米国人 30%	

価格帯 (客単価) : \$25

人気メニュー

プレーンしゃぶしゃぶ \$20

鍋しゃぶしゃぶ \$20

②仕入れの実態

・取扱い日本産食材 有

・主な取扱い日本産食材とそのシェア

醤油、味噌、ポン酢、ごまだれ、ラーメン、わかめ、枝豆、調味料各種

日本産食材：30% その他：70%

・入手ルート

日系貿易卸企業

③日本産食材への評価

品質が高い。

④日系メーカーによる現地産食材または第三国からの輸入食材使用状況

品質最優先で選んでいるので、日本産または現地産をあまり意識して使っていない。品質が高いことが重要。

⑤日本産食材調達・使用における課題

特別ない。

使用事例⑬ 東京しゃぶしゃぶ (業態 しゃぶしゃぶ鍋)

⑥その他個別課題
特別ない

