



米国における日本酒の動向と 現地展開について

(一財)自治体国際化協会ニューヨーク事務所 所長補佐 梅田 祐実花 (青森県派遣)

はじめに

クレアニューヨーク事務所では、自治体の海外活動支援の一環として、北米で地域産品をプロモーションするためのイベント支援を行っています。こうしたイベントでは、各地の日本酒が出展されることも多く、日本酒の海外販路開拓に向けた自治体の関心の高まりがうかがえます。また、日常生活でも、

日系以外の小売店で日本酒を見かける機会は多く、ニューヨーカーの生活に日本酒が広く浸透しつつあることを実感しています。



マンハッタンのリカーショップ「Mister Wright Fine Wines and Spirits」の売り場

米国における 日本酒市場の現状と課題

日本貿易振興機構（JETRO）によると、米国向け日本酒の輸出額は、2015年から2024年の10年間で約2.3倍に増加しました。コロナ禍を機にニューヨーカーの健康志向はさらに高まり、最近では「ナチュラルで軽め」が、米国のアルコール飲料市場におけるトレンドのキーワードとして挙げられています。こうした中、米と水を主原料とする日本酒は、「自然由来で体にやさしい」というイメージを持たれており、ニューヨークを中心に人気を集めています。

また、2025年における州別日本食レストラン数は、カリフォルニア州、ニューヨーク州に次いでフロリダ州、

テキサス州が多くなっています。フロリダ州・テキサス州における日本食レストラン数は、2022年と比較してそれぞれ116.6%、121.5%と増加しているほか、どちらの州も人口が増加傾向にあり、今後も市場規模の拡大が見込まれます。このように、日本酒の需要はニューヨーク州や日系人の人口が多いカリフォルニア州にとどまらず、米国各地に広がりつつあるといえます。

一方で、同機構によると、米国アルコール市場における日本酒のシェアは1%未満にとどまっているといわれています。このため、今後は幅広い州をターゲットとした販路開拓を進めるとともに、現地コミュニティと連携しながら、日本酒の認知度向上や普及を図っていく必要があると考えられます。

日本酒の輸出額の推移（単位：百万円）

2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
4,997	5,196	6,039	6,313	6,757	5,070
2021年	2022年	2023年	2024年	2024年/2015年	
9,591	10,930	9,091	11,442	229%	

(日本貿易振興機構（JETRO）米国輸出支援プラットフォーム「米国におけるアルコール飲料調査レポート（2024年3月作成（2025年3月更新）」から引用)

州別日本食レストラン軒数

順位	州	軒数		2025年 /2022年	人口 (単位:千人)
		2022年	2025年		
1	カリフォルニア	4,995	4,515	90.4%	39,355
2	ニューヨーク	1,936	1,879	97.1%	20,002
3	フロリダ	1,501	1,750	116.6%	23,463
4	テキサス	1,197	1,454	121.5%	31,710
5	ワシントン	1,016	1,074	105.7%	8,001

(日本貿易振興機構（JETRO）米国輸出支援プラットフォーム「2025年度米国における日本食レストラン動向調査」から作成)

Brooklyn Kura による ニューヨークでの SAKE 文化の発信

ニューヨーク市ブルックリン区に、SAKE の醸造や販売、タップルームでの提供を行う「Brooklyn Kura」があります。Brooklyn Kura は、2016 年にニューヨーク初の酒蔵として設立されました。現在は八海醸造株式会社（新潟県）と業務資本提携を締結し、技術や設備などさまざまな面で連携しています。

Brooklyn Kura で SAKE 造りを手掛ける梅原俊一氏によると、日本から米国に日本酒を輸出する場合、アジアなどの近隣地域への輸出と比較して輸送に長時間を要するため、その経過で酒の熟成が進むといいます。一方、Brooklyn Kura では、現地醸造ならではの強みを生かし、造りたてのフレッシュな SAKE をニューヨークの消費者に届けています。

また、ニューヨークでは、日本の固定概念にとらわれないクリエイティブな SAKE が受け入れられている点も特徴です。例えば、Brooklyn Kura では、ホップを加えることで華やかな香りを引き出し、ロゼワインのようなピンク色に仕上げた「オクシデンタル」という SAKE を提供しています。

さらに、Brooklyn Kura は SAKE 造りとどまらず、「Sake Study Center」という教育部門を立ち上げ、SAKE について広く知ってもらうための活動も行っています。創業者のひとりであるブライアン・ポーレン氏は、今後、Brooklyn Kura をニューヨークでの SAKE の製造拠点としてだけでなく、教育やイベントを通じて SAKE 文化を発信する拠点としても活用していきたいと話していました。

日本酒の国内出荷量が減少傾向にある中、海外市場で SAKE を普及させるには、Brooklyn Kura のように、現地の人々が SAKE を身近に感じられるような取り組みが重要だと考えられます。

Brooklyn Kura 創業者 ブライアン・ポーレン氏（左）、八海醸造株式会社 梅原 俊一氏（右）



Brooklyn Kura で提供されている SAKE（手前のグラスが「オクシデンタル」）

天皇誕生日レセプションでの 日本酒プロモーション

当事務所は、2026 年 2 月に、在ボストン日本国総領事館と在ヒューストン日本国総領事館が主催した「天皇誕生日祝賀レセプション」にブースを出展し、職員の派遣元自治体をはじめとする各地の日本酒の試飲を通じて、来場者に地域の魅力を発信しました。

そのうち、筆者が参加したボストンでのレセプションには、在ボストン日本国総領事館管轄州の議会関係者や日米交流関係者など約 170 人が来場しました。クリアブースでは、日本酒の試飲に加え、パンフレットを活用し各自治体の紹介を行いました。

来場者からは、「この日本酒はどこで買えるのか」「この地域に見学ができる酒蔵はあるのか」といった質問が寄せられ、米国での日本酒への関心の高さを直接確認できる貴重な機会となりました。一方、気に入った商品を実際に購入し、継続的に消費してもらうためには、適切な販路の整備が不可欠であり、その難しさも感じました。



クリアブースで派遣元・青森県の PR を実施

北米における日本酒の 認知度向上に向けて

クリアニューヨーク事務所では、今後も自治体の海外活動支援やイベントの実施を通じて、自治体の魅力発信に取り組んでいきます。その一環として、各地の特色ある日本酒についても、関係機関と連携し、認知度向上を図っていききたいと考えています。