

U.S. FOODLINK

The bi-monthly newsletter for importers of U.S. foods

Vol. 18 No. 1



酵母、菌、発酵 植物由来食品のイノベーションを促進

植物由来食品はもはや珍しいものではありませんが、このカテゴリーは依然として発展を続けています。多様な代替食品があることに消費者が慣れてきた今、このカテゴリーで新たなイノベーションが起ころうとしているようです。

フォーブス誌(Forbes)によると、2021年5月には米国の成人の9.9% (2,070万人) が、ミートレス商品の購入が増えたと回答しています。この割合は、2018年5月から20.7%増加しています。また、ミレニアル世代でミートレス商品を購入している割合は2021年8月時点で10.3% (740万人) とさらに多くなっています。

こうした背景から、植物由来食品における最近のイノベーションによって、植物由来食品が優れた代替食品になっていると言えます。代替肉は「十分おいしい」だけでは足りず、本物に匹敵するほどの味わいでなければなりません。

その一例が、ピザを念頭に開発された植物由来チーズブランド「ナバティ・チーズ・シュレッズ(Nabati Cheeze Shredz)」です。単なる

チーズのような商品ではなく、本物のチーズの代替となる商品作りに重点を置き、スーパーマーケットやフードサービス事業者に訴求する植物由来チーズが実現しました。

ナバティ・フーズ(Nabati Foods)のCEOであるアーマッド・ヤヒヤ(Ahmad Yehya)氏は、フォーブス誌(Forbes)のインタビューで次のように述べています。「当社の『ナバティ・チーズ(Nabati Cheese)』は、溶け方も味わいも本物のチーズに引けを取りません。食料品店からフードサービスへ、あるいはフードサービスから食料品店へ、容易に移行できる商品です。当社はこの商品を食料品店だけでなく、ピザやメキシコ料理などを提供しているさまざまな飲食店にも卸しています。この商品の品質は、産業用食品チャネルに適したものにしています。あらゆるレシピにうまく取り入れられるためのイノベーションです。このような柔軟性を踏まえて、企業は消費者の変化に適切に対応できます。」

(2ページ目に続く)



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org



酵母、菌、発酵 続き

今の植物由来食品に求められるのは、健康のために味に妥協していると消費者に感じさせない選択肢を生み出すことです。ヤヒヤ氏は、「味と体験が従来の動物由来の代替食品に劣ると、消費者は植物由来の選択肢を選ばないというのが実情です。」と述べています。健康は常に消費者が考慮する最も重要なことの一つですが、味や食感をあきらめずに健康的な食事ができる選択肢があれば、消費者はそちらを選ぶでしょう。

植物由来食品の分野で実現可能な好例として、ユニリーバ(Unilever)のアイスクリームブランド「マグナム(Magnum)」が挙げられます。チョコレートやキャラメルといった味が強い植物由来原料のまろい味を消すことは比較的容易ですが、繊細なバニラ風味を得るのは難しい作業でした。それを達成することで、菓子類の魅力である風味を損なうことなく健康的で乳成分不使用のスイーツを提供する「マグナム・ヴィーガン(Magnum Vegan)」の開発が可能になりました。



「味と体験が従来の動物由来の代替食品に劣ると、消費者は植物由来の選択肢を選ばないというのが実情です。」

ナバティ・フーズCEO アーマッド・ヤヒヤ氏

イノベーション間近のもう一つの分野がエスニック料理です。市販されているほとんどの代替肉がハンバーガーなどの米国料理を模倣したもので、植物由来の代替食品を求めているエスニックレストランにはほとんど選択肢がありません。味を犠牲にしてベジタリアンメニューを加えることは気分転換にはなりますが、本格的な味わいを求めている顧客には意味がありません。

プラント・ランチ・フーズ(Plant Ranch Foods)は、メキシコ料理に焦点を絞り、グルテンミート、チポトレペッパー、ビーフ風味のヴィーガン向けブイヨンを使用した、ヴィーガン向けアルパストールなどの昔ながらのメニューを植物由来の食材で作っています。プラント・ランチ・フーズの商品は現在20州で販売されていますが、全米のフードサービスのメニューで扱われるようになり、米国料理とイタリア料理向けの商品を導入する計画です。

一方、植物由来のブランドポートフォリオを有するビリー・ゴート・ブランドズ(Billy Goat Brands)は、植物性タンパク質をステーキのような食感と見た目の層状構造に見える細胞せん断技術を牛肉風の商品に使用できると述べています。また、3D印刷を用いると、高タンパク質を含有し繊維質の肉のような見た目の植物由来食品のバイオプリンティングが可能になります。

ビリー・ゴート・ブランドズの商品の一つである「ザ・ベジタリアン・ブッチャー(The Vegetarian Butcher)」は、植物以外に着目した技術を用いて植物由来の代替食品に肉のような風味を加えています。ヘムという原料が特有の味をもたらすほか、酵母エキスもモダンな香料として利用できます。

植物由来肉はすでにヒット商品となっていますが、植物由来のシーフードはまだ本格的には流行していません。複数の企業がこの巨大な潜在市場で初の大手企業になれるよう取り組んでいます。魚を植物由来の代替食品に変えることで、健康へのメリット、持続可能性の向上、好奇心旺盛な消費者への訴求などが期待できます。

アクア・カルチャード・フーズ(Aqua Cultured Foods)は、魚の代替食品のベースとしてキノコ類を使用しており、現在はまぐろ、ホワイトフィッシュ、イカ、小エビの製法に利用しています。同社独自のプロセスで、動物由来でない原料を使用して菌を増殖し、熱、湿度、水分を管理しながらそれぞれのシーフード代替食品で適切な食感を再現しています。そうして完成する商品にはグルテンや大豆が一切含まれておらず、シーフードのアレルギーがある消費者も安心して食べられます。

新興市場向けの革新的な食品ブランドを支援する、植物由来市場開拓プラットフォームであるインフィニット・フーズ(Infinite Foods)は、アフリカで植物由来のフードシステムを構築することをミッションとして掲げています。農業変革、雇用創出、環境面で持続可能な地域社会の構築と支援などを目標としています。同社が扱っているブランドはすでに、南アフリカ、モーリシャス、ボツワナにおいて800店で提供されています。

インフィニット・フーズの創業者兼CEOであるミシェル・アデルマン(Michelle Adelman)氏は、フーダブル・ネットワーク(Foodable Network)のインタビューで次のように述べています。「サブサハラの食料安全保障は大きな課題で、インフィニット・フーズが誕生するきっかけとなりました。広範なエコシステムの構築を目指し、アフリカに植物由来食品をもたらす先駆者となるべく、先頭に立って取り組んでいます。」

原料コストの高騰を招く労働力と供給の不足



フードサービス事業者は、2つの点で労働力不足に見舞われています。スタッフの確保に苦労しているレストランがあるだけでなく、加工業者でも労働力が不足しており、結果として業界全体が原料コスト高騰の打撃を受けています。それがメニュー価格の上昇にもつながっており、今のところ顧客はそれを受けて入れていますが、長期的な客足への影響は現時点では不明です。

全米レストラン協会(National Restaurant Association:NRA)が実施した調査によると、フードサービス業界全体でサプライチェーンが大きな課題となっています。レストランの95%が「主要食材の大変な供給遅延または不足」を経験しています。また、レストランの75%がそうした課題に対処するためにメニューを変更しています。

これらの統計データは、業界が直面している問題を考えれば驚きに値しません。牛肉は約60%、油脂は50%、卵は約40%、それぞれ価格が上昇しています。その結果として、過去12カ月でメニューの平均価格が4.7%上昇しました。

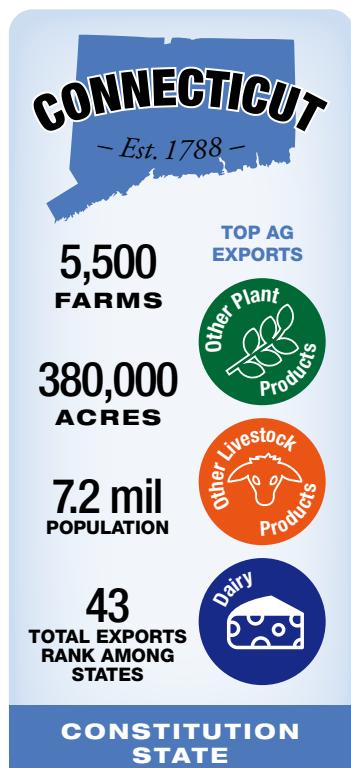
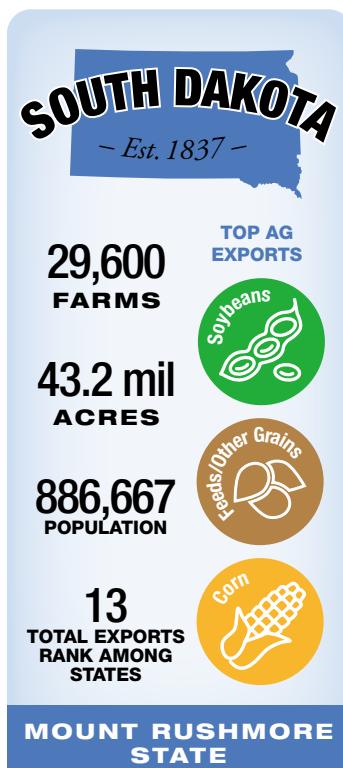
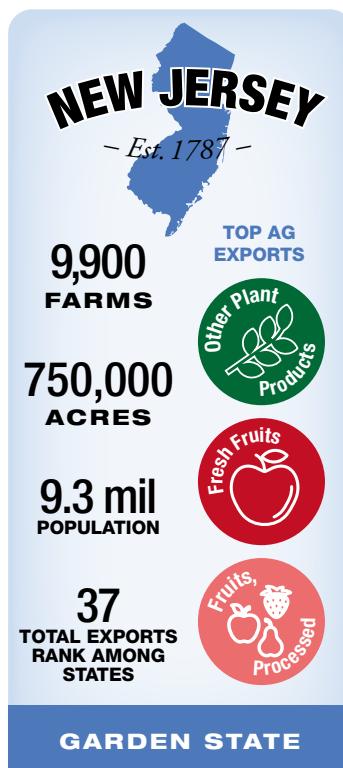
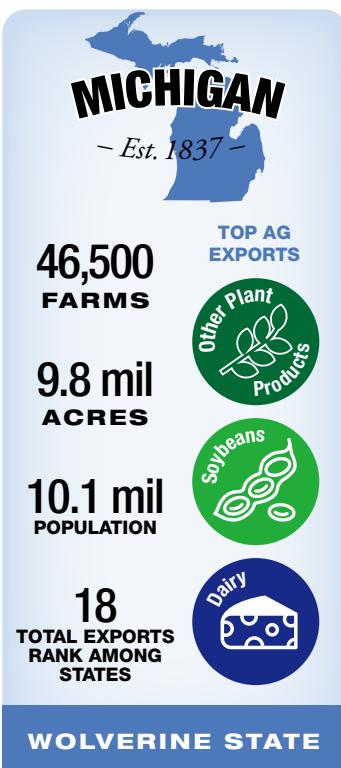
QSRマガジン誌(QSR Magazine)によると、原料コストをある程度軽減しているレストランでさえも、コストは十分に満足とは言えない高いレベルにあります。ウイングストップ(Wingstop)の骨付き手羽先の平均スポット価格は、2021年第3四半期に1ポンド当たり3.22ドルと過去最高額に達しました。それ以降、コストは1ポンド当たり2.87ドルに低下しましたが、ウイングストップは「満足感を与えるためには」1ポンド当たり2ドルを大幅に下回るまで手羽先の価格が低下する必要があると考えています。価格はこれまで毎年1%から2%ほど変動していますが、フランチャイズ店は価格の高騰に合わせて2021年に10%の値上げを実施しました。

これらの課題は、国家が抱える労働問題と密接に関係しているようです。NRAは11月に、レストランだけでなく経済全体のサプライチェーンを改善し得る以下の解決策を記載した書簡をバイデン大統領に送付しました。

- ・「包括的な移民制度改革と雇用機会の拡大」を実施し、全体的な労働力不足に対処する。
- ・「多くの若者がドライバーとしてトラック運送業界に参入」できるようにし、物流供給量の増加とシステムの負担軽減を図る。
- ・「食品・飲料やサプライチェーンで使用する設備に課せられる関税」を撤廃し、貿易を促進させ、食料品価格を上昇させる圧力をさらに軽減する。

NRAの広報担当EVPであるショーン・ケネディ(Sean Kennedy)氏は次のように述べています。「私たちの業界は極めて困難な時期に直面しており、従業員と顧客を守れるよう最大限に努力していますが、レストランは営業継続に苦戦しています。これらの提言は、新型コロナウイルス感染症が猛威を振るい、サプライチェーンの課題が大きくなる中、営業が困難になっているわが国のレストランの支援に役立ちます。」

米国中西部・北東部の特徴



注目商品



フェデレーテッド・グループ(Federated Group, Inc.)

ニュージャージー州ベルゲンフィールド

フェデレーテッド・グループは、食料品、フードサービス、医薬品、コンビニエンスストア事業でトップのセールスおよびマーケティング企業です。小売業者、流通業者、卸売業者、メーカーと協業しながら、顧客のプライベートブランドを拡大するためのサービスを提供しています。

フェデレーテッド・フーズ (Federated Foods LLC) : ナショナルブランドに匹敵するプライベートブランドを保有する企業であり、オーガニック商品も取り扱っています。また、プライベートブランドの管理およびデザインを専門に手掛けています。フェデレーテッド・フーズは、品質保証、効率的な物流とサプライチェーン、ラベルとパッケージの管理、チーズの再販機会、WIC管理、第三者機関による食品安全監査レビューを提供しています。ゴールデン・ベイ (Golden Bay LLC) は、混載輸送、注文処理とフルフィルメント、在庫管理を含む物流ソリューションを提供しています。

フェデレーテッド・フード・サービス (Federated Food Service) : フード・サービス・バイイング (Food Service Buying) のグループ企業で、大規模小売店、スーパーマーケット、コンビニエンスストアのフードサービスと連携してテイクアウト商品ソリューションを提供しています。

フェデレーテッド・グループは、小売り／フードサービス展示会を開催し、お客様が既存および新規のサプライヤーと出会う場を設け、購買機会の提供、販売戦略の開発、販売促進の策定を行っています。fedgroup.com



YZエンタープライズ(YZ Enterprises)('アーモンディーナ(Almondina)')

オハイオ州モーミー

YZエンタープライズは、おいしくて健康に良い「アーモンディーナ(Almondina)」ブランドのクッキーとスナックを1989年から作っている家族経営企業です。「アーモンディーナ」の商品は、薄くてサクサクとした二度焼きのアーモンドクッキー、クラッカー、スナックです。どのレシピにもアーモンドをたっぷり使い、化学物質や保存料を使用せずに天然の原料のみで作られています。「アーモンディーナ」ブランドは、コーシャ認証を取得済みで、乳成分とコレステロールを含まず、油脂、塩、トランス脂肪酸を添加していません。お客様に必ず満足していただける商品ラインとして、「アーモンディーナ・ビスケット(Almondina Biscuits)」、「トースティーズ(Toastees)」、非遺伝子組換え原料を使用した「アーモンド・バイツ(Almond Bites)」の3種類を展開しています。almondina.com



ワイズ・マウス (Wise Mouth Inc.)

マサチューセッツ州フォックスボロ

ワイズ・マウスは、高校教師でもある創業者レイ・ニコルズ (Lei Nichols) が、健康に良くない食品や飲料を生徒たちが口にしているのをどうにかしなければと一念発起し、2016年に創業しました。ワイズ・マウスは、手作業で茶葉を煎じたグラスボトル入りのインスタントティーを7種のフレーバーと2つの商品ラインで展開しています。いずれのレシピも古代から東洋に伝わるハーブを起源に持ち、米国らしいアクセントを加えました。新鮮なフルーツ、ハーブ、本物の茶葉や花を加えて、手作業で煎じた商品です。濃縮物、添加剤、人工原料は使用せず、天然の原料のみを使用しています。ホットでもアイスでも楽しむことができます。wisemouthtea.com



キン+カインド(kin+kind)

ニューヨーク州ニューヨーク

当社のミッションは、ペット用品を見直し、動物だけでなく地球にもやさしい天然かつ手頃な価格のペットケア商品を開発することです。クリーンな商品とは、天然の原料、安全で効果的なデザイン、倫理的な生産を組み合わせたものです。優れた従業員で構成されている当社のチームには、獣医学、製剤、植物の専門家があり、高度な植物テクノロジーをゼロから生み出しています。米国農務省のオーガニック認証取得済みで遺伝子組換え作物や有害な化学物質を含まない原料を使用しており、自社で手作業により混合しています。kin-kind.com



ザ・フリーモント・カンパニー(The Fremont Company)

オハイオ州フリーモント

ザ・フリーモント・カンパニーは、業界をリードする北米のケチャップおよびバーベキュー調味料のメーカーです。米国および海外の大手小売業者のほか、国際的なブランドが、80カ国以上の顧客向けの優れたプライベートブランド調味料の生産において当社の商品を使用しています。定番商品であるオーガニックケチャップは、天然の原料を使用しており、海外のケチャップに含有されているような人工着色料、保存料、でんぶん、増粘剤は一切含んでいません。当社のプレミアムプライベートブランドと「ミシシッピ(Mississippi)」ブランドのバーベキュー調味料は、本格的なアメリカンバーベキュー調味料の味わいを競争力のある価格で消費者にお届けしています。当社の商品は、高品質の透明PETボトルで提供しています。pketchup.com

こちらに掲載の商品またはその他の商品について
詳細をご希望の方はFoodLink@foodexport.orgまで
お問い合わせください。



タヌク(Tanuk Inc.)

マサチューセッツ州ニュートンハイランズ

「ミール・マントラ (Meal Mantra)」は、天然原料のみを使用した本格的なディップ、チャツネ、カレーソースで、タンドリー料理の考案者から代々伝わるレシピを用いて小ロットで作られている、じっくり煮込んだ商品です。 「ミール・マントラ」の共同創業者であるアヌ (Anu) は子どもの頃、祖父のケンダン・ラル・グーラル (Kundan Lal Gujral) (タンドリー料理の考案者) を追いかけてインドにある伝説のモティ・マハール・レストランの厨房まで行き、料理の素晴らしさを学んで、食べ物の香りや風味、舌ざわりに時間を忘れるほど夢中になりました。 mealmantra.com



エクアドリアン・レインフォレスト(Ecuadorian Rainforest, LLC)

ニュージャージー州クリifton

1997年創業のエクアドリアン・レインフォレストは、何百種類ものフルーツ、ハーブ、マリネ、スパイス、栄養補助野菜粉末、エキス粉末を、美容、健康、栄養業界に提供しています。当社は、最高品質の原料を市場に提供できるよう尽力しています。扱っている原料には厳しい試験を実施し、厳格な品質管理を維持しています。エクアドリアン・レインフォレストは、世界中の原料をどこにでもお届けします。

intotherainforest.com



コア & ラインド(Core and Rind)

ミズーリ州セントルイス

コア & ラインドは、天然の植物由来素材を丸ごと使用し、植物由来かつ乳成分不使用の「カシュー・チージー・ソース (Cashew Cheesy Sauce)」を生み出しました。創業者のキャンディ (Candi) とリタ (Rita) は、簡単でおいしい健康的な食生活を送るように、数年を費やして「カシュー・チージー・ソース」を開発しました。当社は女性が経営者であることを誇りに思っています。

コア & ラインドの常温保存が可能なクリーンラベルのソースは、バレオダイエットとヴィーガンに対応したケトフレンドリーの商品で、「シャープ & タンギー (Sharp & Tangy)」、「ボルド & スパイシー (Bold & Spicy)」、「リッチ & スモーキー (Rich & Smoky)」の3つのフレーバーで展開しており、野菜、パスタ、タコス、ナチョス、スープ、ハンバーガー、サラダ、ピザ、ポテトなどに最適です。 coreandrind.com



チキンスープ・フォー・ザ・ソウルペットフード (Chicken Soup for the Soul Pet Food)

コネチカット州コスコブ

チキンスープ・フォー・ザ・ソウルペットフードは、栄養に優れた信頼性の高い食材を使用し、バランスの取れたペットフードを作っています。当社は、「愛情を持って本物の食品を提供する」というシンプルな理念を掲げており、基本の食材として本物の肉を使用したドライタイプおよびウェットタイプのキャットフードを豊富なラインナップで提供しています。商品は、抗酸化物質が豊富に含まれる健康に良い野菜、フルーツ、ハーブから作られています。当社の商品の賞味期限は、ドライフードで最大18ヶ月、ウェット(缶)フードで最大36ヶ月です。

chickensouppets.com



ウィッドマーズ・チーズ・セラーズ(Widmer's Cheese Cellars)

ウィスコンシン州テレサ

受賞歴を誇るおいしいウィスコンシン産チーズなどの農場直送の乳製品を生産しているウィッドマーズ・チーズ・セラーズは、90年以上前にスイスからの移民によって創業され、米国のチーズ製造がさかんな地域の中心地に拠点を置いています。「近道はせず最高のものしか受け入れない」というのがウィッドマーのモットーです。チーズ作りに対するそうした姿勢が、ウィッドマーズの4代目に受け継がれています。ウィッドマーズ・チーズ・セラーズは、欧州とウィスコンシン州のチーズ製造者が代々受け継いできた製造技術を採用しており、世界でも最高級クラスのブリックチーズ、chedarチーズ、コルビーチーズを丁寧に製造しています。乳製品の伝統、文化、誇りに深く根差しており、伝統的なチーズ作りと乳製品製造においては他社に引けを取りません。現在は、認定マスター・チーズメーカーである3代目のジョー・ウィッドマー (Joe Widmer) の監督の下でチーズを手作りしています。

widmerscheese.com

こちらに掲載の商品またはその他の商品について
詳細をご希望の方は FoodLink@foodelexport.orgまで
お問い合わせください。

ニュース短信

物価上昇、サプライチェーン、労働力不足の課題があるものの、
食品産業は2022年に期待大

BMO、プラント・モラン(Plante Moran)、ニクソン・ピー・ボディ(Nixon Peabody)が主催する「2021 Food & Beverage Forum」のパネリストは、コラボレーション、コミュニケーション、人間関係の構築が成長推進要因として重要になると述べています。

加工食品におけるキノコ類の使用が増え、複数カテゴリーで成長中

「キノコブーム」においてテクノロジーが重要な役割を果たしています。ジャスト・フード(Just Food)は、菌をベースにした多くのスタートアップ企業がマイクロプロテインを生産し、それをタンパク源または主要原料として使用し、動物質を含まない肉製品や乳製品を生産していると報じています。

10人中4人の消費者がコロナ禍後に植物由来商品の購入が増加

パルスガード(Palsgaard)の最新調査より。

乳糖不耐症の増加と、健康的なライフスタイルの関心の高まりが、世界的な乳製品代替食品市場の成長を下支え

トランスペアレンシー・マーケット・リサーチ(Transparency Market Research)の調査より。



バーベキューが世界中で人気

アイルランドの食品会社であるケリー(Kerry)は、世界中で開発されている新商品7種のうち1種がバーベキューに注目していることから、この料理スタイルを2021年におけるティーストのグローバルトレンド首位に位置付けています。

乳製品代替食品の売上は今後10年間で160億ドルを上回る見通し

FMIリサーチ(FMI Research)によると、植物由来商品のイノベーションと栄養特性が消費者と投資家の関心を集めています。

オンラインで食料品を購入しているユーザーの23%が、今後1年内に食料品のオンライン購入をより多く利用する予定と回答

スーパー・マーケット・ニュース(Supermarket News)は、アコスタ(Acosta)が10月に実施したショッパー・コミュニティ調査でも、64%が現在と同程度に食料品をオンラインで購入するつもりであることが明らかになったと報じています。

プライベートブランド肉製品の購入が増えており、牛肉から鶏肉や豚肉などの安価な代替食品への移行も進んでいるとスーパーマーケットが回答

ウォール・ストリート・ジャーナル紙(The Wall Street Journal)は、調査会社のIRIによると、リブアイなどの商品の価格が昨年から約40%上昇していると報じています。

コロナ禍のピークに調味料、ドレッシング、ソースの売上が急増し、それらの商品の多くは引き続き堅調に推移

スーパー・マーケット・ニュースは、健康食品や植物由来の商品に加えて、世界中からインスピライされたレストランスタイルの食事を家庭で作れる商品が消費者から求められているとは報じています。

コロナ禍でマイクロバイオームに対する関心が高まり、発酵食品の売上が増大

フード・テクノロジー・マガジン(Food Technology Magazine)は、発酵食品が直近の12カ月間で4%成長して米国における売上が92億ドルに達し、そのうちヨーグルト関連商品が同カテゴリーの総売上の83.1%を占めていると報じています。

U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST & FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

Tim Hamilton
Executive Director

Greg Cohen
Communications Manager

Adolfo Montelongo
Senior Communications Coordinator – Marketing

Laura Buske
Communications Coordinator – Publications

Sarah Larson
Communications Coordinator - Social Media

Tia Regec
Communications Associate

Food Export Association of the Midwest
309 W. Washington, Suite 600
Chicago, IL 60606 USA
312.334.9200

Michelle Rogowski
Deputy Director

Teresa Miller
Strategic Partnerships Manager

Molly Burns
Branded Program Manager

Brendan Wilson
International Marketing Program Manager

Food Export USA – Northeast
One Penn Center 1617 J.F.K. Boulevard,
Suite 420
Philadelphia, PA 19103 USA
215.829.9111

Howard Gordon
Branded Program Manager

Andrew Haught
International Marketing Program Manager

www.foodexport.org
Comments, Questions,
email: info@foodexport.org

SUBSCRIPTIONS

The U.S. Foodlink newsletter is available every other month, in many countries around the world. Find out how to access the newsletter in your country by sending an e-mail to info@foodexport.org.

 Food Export - Midwest &
Food Export - Northeast

 Food Export - Midwest &
Food Export - Northeast

 foodexportsusa



MISSION STATEMENT

The U.S. Foodlink newsletter and e-mail bulletin are brought to you by the Food Export Association of the Midwest USA and Food Export USA-Northeast, two state regional trade groups located in the U.S. that promote exports of U.S. food and agriculture. Food Export-Midwest and Food Export-Northeast administer many services through Market Access Program (MAP) funding from the Foreign Agricultural Service (FAS) of the USDA. U.S. Foodlink was created to provide readers credible data and information in an easy-to-read format.

Food Export-Midwest and Food Export-Northeast administer many services through Market Access Program (MAP) funding from the Foreign Agricultural Service (FAS) of the USDA. Persons with disabilities who require reasonable accommodations or alternate means of communication of program information should contact us. Additionally, program information may be made available in languages other than English. Food Export-Midwest and Food Export-Northeast prohibit discrimination in all their programs and activities on the basis of race, color, national origin, religion, sex, gender identity (including gender expression), sexual orientation, disability, age, marital status, familial/parental status, income derived from a public assistance program, political beliefs, reprisal or retaliation for prior civil rights activity. To file a program discrimination complaint, go to <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customers>. Food Export-Midwest and Food Export-Northeast are equal opportunity employers and providers. Food Export-Midwest and Food Export-Northeast do not tolerate fraud and are vigilant in preventing fraud in any of their programs. Food Export-Midwest and Food Export-Northeast reserve the sole right to accept or deny companies into their programs. For complete participation policies and our code of ethics, visit: www.foodexport.org/termsandconditions.