

U.S. FOODLINK

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

Vol. 18 No. 5



調理済み食品とパッケージの少量化 スペシャルティフードの成長を推進

スペシャルティフード市場は、インフレやサプライチェーンの課題など、食品業界全体が直面している逆風の中にいますが、試練を乗り越え、今後さらなる成長を遂げるでしょう。

買い物客の習慣は急速に変化していますが、スペシャルティフードはこれまでの成功を元に、新たな需要に対応できる有利な状況にあります。

スペシャルティ・フード協会 (Specialty Food Association: SFA) のコンテンツ・教育担当バイスプレジデントであるデニス・パーセル (Denise Purcell) 氏は次のように述べています。「スペシャルティフード市場は、困難な時期にあった過去2年間に成長を遂げました。当協会の最新の調査でも、スペシャルティフードはどの食品よりも速いスピードで成長していることが示されています。成長は継続すると見込まれますが、コロナ禍の影響で食料品の買い物や自宅での食事が増えた2020年の成長ペースよりは遅く、サプライチェーンの余裕、インフレや出荷の問題、コスト増、原料不足といった課題によって状況が変わってくるでしょう。」

スペシャルティフードとはあまり関係がなさそうに見えるものの、成長分野となり得るカテゴリーの一つとして生鮮食品が挙げられます。SFAは、スペシャルティフードにおいて生鮮食品は不可欠であり、特にスペシャルティフード小売店にとって「生鮮食品売り場は、魅力的かつ独創的な販売方法を実践する場」であると述べています。また、生鮮食品は、最終的に消費財カテゴリーに移行する新しいスペシャルティフード向けのテストとしての役割も果たします。

オフィス勤務を再開する消費者が増えているため、生鮮食品の成長には調理済みスペシャルティフードの成長機会も含まれます。ホール・フーズ誌 (Whole Foods Magazine) によると、専門家は「オンデマンド、すぐ食べられる、テイクアウト」などの表示の増加に注目しています。また「最小限の加工、ヘルシー、新鮮、健康志向」といった、これまで利便性を強調していた商品にはなかった表示も増加しています。調理済みスペシャルティフードはまだ食料品店に並ぶ規模には達していませんが、ガーデニックアップ (Gardencup) などの企業は、将来を視野にそのトレンドを取り入れています。

(2ページ目に続く)

調理済み食品とパッケージの少量化 続き



市場で成功を収めているのは、利便性と健康の組み合わせ
ガーデンカップの創業者兼CEOであるブラッド・サヴェージ(Brad Savage)氏は次のように述べています。「クリーンな食事を達成する上で最も大切なのは、できるだけ簡単に入手できることです。すぐ食べられる野菜たっぷりの食事が常に冷蔵庫にあれば、健康的な食生活にこだわる可能性が10倍高くなります。」

また、これは新たな事実ではありませんが、 Mondelez (Mondelez) のデータによると、間食の増加傾向が続いており、消費者の64%が三食の量を減らしながら、一日の間に何度もちょっとした食事を取ることに関心を示しています。ただし、SFAによると、コロナ禍収束後も依然として健康が重視されており、結果として消費者はより健康的な代替食品を求めています。

ヘルシースナックの分野では、パッケージにも変化があるかもしれません。健康的な食事は、健康的なライフスタイルを実現するための一つの側面に過ぎません。ジムやスポーツイベントで活力を維持しようとしている消費者は、持ち運びしやすいサイズのパック入り食品を求めることが予想されます。

ソース・オブ・ジ・アース(Source of the Earth)の共同創業者であるヴィヴィアン・ランベ(Vivien Lambe)氏は次のように述べています。「コロナ禍によって、健康とヘルシーな間食へ注目が集まりました。消費者はかつてないほど、おいしいだけでなく、ビタミン、栄養素、抗酸化物質を豊富に含み、添加物を含まない、砂糖不使用の-snackを望んでいます。」

夏に勢いを増したのが野菜チップスです。「テラ(Terra)」のようなケールをベースにした商品は数年前からありましたが、現在メーカーは新しいフレーバーやベースを試しています。ルート・フーズ(Root Foods)は、フルーツの甘い風味とサクサクとした食感を組み合わせたトマトチップスを発売したほか、パプリカ、ズッキーニ、タマネギ、オクラ、アスパラガスのチップスも製造しています。これらは、ポテトチップスの魅力をよりヘルシーな食材で再現したスナックです。

チップス以外の分野では、ポパデリックス(Popadelics)がタイチリやトリュフ&パルメザンなどの風味の丸ごとのドライマッシュルー

ムを開発しました。ワシントン・ポスト紙(The Washington Post)は同様のトマトスナックを、「よくあるげげげげ色のチーズパフのヘルシーバージョン」と表現しています。

ヘルシースナックの分野では、パッケージにも変化があるかもしれませんが、健康的な食事は、健康的なライフスタイルを実現するための一つの側面に過ぎません。ジムやスポーツイベントで活力を維持しようとしている消費者は、持ち運びしやすいサイズのパック入り食品を求めることが予想されます。ランベ氏は、現在はファミリーサイズのパッケージに重点が置かれているものの、外出が多い消費者に訴求する小さなパックが重視されるようになると予想しています。

もう一つのトレンドは植物由来のスペシャルティフードで、低迷しつつもプラス成長を示しています。SFAによると、このカテゴリーの2021年の成長率は6%で、2020年の26%から鈍化しています。植物性ヨーグルト、豆腐、植物性乳などの商品の成長率は、スペシャルティフード全体の市場成長率を下回りました。また、過去の成功の影響を受けているサブカテゴリーは、植物由来の代替肉と言えるかもしれません。約97%がこれまでスペシャルティフードでしたが、主流商品の関心が高まるにつれてスペシャルティフードではない代替商品が市場に回り始め、このサブカテゴリーの継続的な成長に寄与しています。

スペシャルティフードはスナックや食事だけのものではありません。SFAは、売上成長率がスペシャルティフードを上回っているスペシャルティ飲料における最近の変化を捉えています。これもまたコロナ禍収束後の意識に起因しており、屋外で過ごす時間が増えている買い物客が、ハードセルツァー、ハードコンブチャ、発酵機能性カクテルなど、体験を伴う興味をそそる飲料に再び関心を示すようになっています。

その一方で、SFAは、メーカーが留意すべき逆風についても警告しています。今後のスペシャルティフードの成長は、サプライチェーンの余裕にかかっているとSFAは予想しています。なぜなら、出荷までのリードタイムはどの食材が入手可能かという面で影響を及ぼし、主流でない原料で食品を生産している企業にとっては特に課題となるためです。SFAは、確実に原料を入手でき、コストが高騰する中でも利益を得られ、自信を持って生産できるSKUは何かをメーカーが評価するべきであると考えています。

それでもなお、トレンドを先導しているスペシャルティフードメーカーは、2022年の秋頃には有利な立場にいたることが予想されます。一部の分野では陰りが見えるものの、全体的な成長は堅調で、新たな機会を生かすことが明るい未来に向けた自社の位置付けに役立つでしょう。

消費者が求めているのは、コーヒーを飲みながら食べる カップケーキやヘルシーなクッキー



外出が多い消費者は、朝に買うコーヒーと一緒に食べるものを探しており、小さなペストリーやパンが人気です。ベーグル、カップケーキ、クッキーは一定の人気がありますが、それらのフレーバーや需要は現代の消費者の関心に伴い、独自の方向性を示しています。

ベーグルは、自然志向の定番商品です。テイストワイズ(tastewise)のデータによると、コーヒーを注文する人の50%以上がベーグルも購入しており、この割合は紅茶では9.6%、カフェラテでは8.2%となっています。最も人気のあるベーグルの具材と組み合わせは、エブリシング(ゴマ、ケシの実、ドライガーリック、ドライオニオン、塩)、クリームチーズ、魚です。データセンシャル(Datassential)によると、エブリシングベーグルがメニューに載っている割合が過去1年間で67%以上増加しました。

トッピングでは、フェタチーズと卵の人気が高まっている一方、ヌーシャテルに対する関心は低下しています。IRIによると、原料に関しては、ヘルス&ウェルネスというたい文句への幅広い関心が、非遺伝子組換え作物(非GMO)、オーガニック、ブドウ糖果糖液糖不使用、グルテンフリー、低カロリー(一般に101~199キロカロリー)に対する需要をもたらしています。

カップケーキについては、消費者は必ずしも新しいフレーバーを求めているわけではなく、見栄えの良い食材を求めています。ピンタレスト(Pinterest)では「アートケーキのアイデア」に対する関心が2021年に3倍になったことが明らかになりました。この関心は2022年も続くことが予想されています。カフェは、ソーシャルメディアで映える鮮やかでカラフルな食材を使ったカップケーキで、競合との差別化を図ることができます。



クッキーもコーヒーのお供の定番ですが、スイーツは健康への関心の高まりという壁にぶつかっています。その一方、低糖の製法が従来の料理の味に合うようになってきています。ブロマー・チョコレート・カンパニー(Blommer Chocolate Company)は、ベーカリーの用途によっては糖分を40%削減できるようになったと考えています。

ブロマー・チョコレート・カンパニーの最高執行責任者であるデビッド・メグス(David Meggs)氏は次のように述べています。「消費者が食品を選択する時に最初に考慮することは味ですが、添加糖量の少ないチョコレート商品はおいしくないという認識から、これまで人気になかったことがグローバルな調査で示されています。あまりおいしくないという理由で糖分の少ない商品を選んできた消費者を、このカテゴリーに呼び戻せる可能性が大いにあります。」

米国中西部・北東部の特徴

MINNESOTA
- Est. 1858 -

68,822 FARMS
TOP AG EXPORTS

26 mil ACRES

5.7 mil POPULATION

4 TOTAL EXPORTS RANK AMONG STATES

NORTH STAR STATE

PENNSYLVANIA
- Est. 1787 -

53,157 FARMS
TOP AG EXPORTS

7.3 mil ACRES

13 mil POPULATION

23 TOTAL EXPORTS RANK AMONG STATES

KEYSTONE STATE

NORTH DAKOTA
- Est. 1889 -

26,364 FARMS
TOP AG EXPORTS

39 mil ACRES

774,948 POPULATION

10 TOTAL EXPORTS RANK AMONG STATES

SIOUX STATE

MASSACHUSETTS
- Est. 1788 -

7,241 FARMS
TOP AG EXPORTS

491,653 ACRES

7 mil POPULATION

44 TOTAL EXPORTS RANK AMONG STATES

BAY STATE



ローラのファイン・ホット・ソース (Lola's Fine Hot Sauce)

アイオワ州ウエストデモイン

ローラは「おばあちゃん」という意味です。ローラとはCEOであるタウフィック・シャール (Taufeek Shah) の母親のことで、誰もが彼女をローラと呼んでいました。「ローラのファイン・ホットソース」は、フィリピン移民である医師のローラから家族に伝わるレシピで作られています。当社は、ローラが家族や友人、隣人に提供してきた味を共有しています。ローラは、独自のおいしいレシピを通じて人々に愛情を注いできました。

当社のミッションは、誰もが楽しめる独自のホットソースを提供することです。味を最も大切にしている当社のホットソースは、新鮮な原料で作られており、おいしさをお届けするために世界で最もユニークな唐辛子を使用しています。当社のソースは、食べた人の表情をうっとりさせるためのものではなく、選択に満足してもらい、おいしい味を提供するためのものです。当社は成長中の企業であり、味を最も重視している当社のホットソースは1万店以上の小売店や飲食店で販売・使用されています。

アイオワ州ローカル企業 | 非GMO | 100%天然 | ビーガン | グルテンフリー | 家族に伝わるレシピ

lolasfinehotsauce.com



マロン・フーズ (Marron Foods)

ニューヨーク州ハリソン

社長のマット・ピアソン (Matt Pearson) が1981年に創業したマロン・フーズは、粉末原料の凝集やインスタント化と、品質や機能性の業界水準を高めたカスタム加工ソリューションの提供を行ってきました。

プロテイン18g入り「ミルクマン・チョコレート・ミルク (Milkman Chocolate Milk)」は、牛乳の2倍のタンパク質を含んでおり、クリーミーでおいしい、持ち歩きに適したチョコレート風味の飲料です。

1杯当たりプロテイン18g | 冷水を注ぐだけ | 冷蔵不要 | クリーミーなおいしさ | 運動後の回復 | ハイキングやキャンプに最適 | 1杯分の小袋入り | 保存期間2年 | コーシャ | 米国製

milkmanmilk.com



シンプル・タイムズ・ミキサーズ (Simple Times Mixers)

オハイオ州コロンバス

「ミキサー」と聞くとあまり良いイメージはないかもしれませんが、それも当然です。ミキサーの多くには、人工香料と保存料がたくさん使用されています。当社は、そのままの味を生かした100%天然原料が最高の味をもたらすことを理解しています。「シンプル・タイムズ (Simple Times)」のミキサーに含まれている果汁はすべて、フルーツを丸ごとキッチンで絞ったもので、手間をかけずにバランスに優れたおいしいカクテルを作るための商品です。

ミクソロジストでなくても、「シンプル・タイムズ」ならおいしい手作りカクテルを自宅で楽しめます。ミキサーとアルコールを3対1の割合で混ぜるだけで、あとはグラスとテーブルを囲む友人がそろえば十分です。 simpletimesmixers.com



ニュー・カーボン・カンパニー (New Carbon Company, LLC)

インディアナ州サウスベンド

「ゴールデン・モルテッド (Golden Malted®)」は、米国で80年以上愛されているワッフルです。当社は、一流ホテル、大学、レストラン、テーマパークにワッフルメーカーとワッフルミックスを供給している世界最大のサプライヤーです。このたび、それらと同じワッフルをご家庭で楽しんでいただけるようになりました。当社の便利なオンラインストアでは、おいしいワッフルとパンケーキのミックスや、使いやすいワッフルメーカーを販売しています。

「ゴールデン・モルテッド」のワッフルは世界中で楽しまれており、オーストラリア、カナダ、英国、ドイツ、ギリシャ、ニュージーランド、南アフリカ、スウェーデンなど60カ国以上で販売されています。 goldenmalted.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。



エアロコス・インターナショナル (Aero-Cos International)

ニュージャージー州クラムフォード

エアロコス・インターナショナルはこのたび、ヘルシースナック「ウエスタン・レンジ (Western Range)」の発売に伴い、健康志向カテゴリーに参入しました。この商品は、植物由来のポトベロマッシュルームを使用しています。健康志向の snacks は栄養が豊富で、風味にあふれています。「スイート・チリ (Sweet Chili)」、「スモーキー・ベーコン (Smokey Bacon)」、「スパイシー・ケイジャン (Spicy Cajun)」の3つのフレーバーで展開しています。 aerocos.com



クラシック・ケーキ (Classic Cake)

ペンシルベニア州フィラデルフィア

30年以上前に創業したクラシック・ケーキには、一貫性のある商品を適正価格でタイムリーにお届けできるという確固たる実績があります。品質への強いこだわりは、最高品質の新鮮な原料のみを使用することから始まっています。クラシック・ケーキは、お客様重視のアプローチで、イノベーション、効率、柔軟性によってお客様の期待を上回ることを目指しています。それと同じくらい大切にしていることは、誠実さと情熱と熱意を持って、お客様の声に積極的に耳を傾け、迅速に対応し、一貫性を持って行動するという基本方針です。

クラシック・ケーキは、国内外の多数のお客様と提携し、米国と海外の外食産業および小売り販売向けに当社ブランドの商品とプライベートブランドのデザートを提供しています。当社の料理・サービス部門は、栄養表示をはじめとするお客様固有の要件を満たすために、お客様と連携して商品の仕様とパッケージを開発しています。お客様にも、その顧客にも、一口ごとにおいしさを実感していただけるはずですよ。

フィラデルフィアの中心部から数分の場所にあるクラシック・ケーキの生産・流通部門は、3万8,000平方フィートの施設を擁し、最新式の製造設備で大量生産を行っています。国内外における卸売り、小売り、プライベートブランドのお客様に対応できるように、世界中のお客様のニーズを満たす規模の能力を備えています。

classiccake.com



クロウ・バレー・フーズ (Croix Valley Foods)

ウィスコンシン州ハドソン

クロウ・バレー・フーズは、フルーツをベースにしたバーベキューソースから、メンフィスやセントルイスなどの地域の定番に至るまで、あらゆるバーベキュースタイルを網羅した独自のバーベキューフレーバーを提供しています。2009年に創業した当社は、世界で最も急速に成長を遂げたバーベキューソースおよびラブの企業の一つとなりました。そうした成功を受けて、当社の商品は現在、米国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、オランダ、ベルギー、イタリア、チェコ、日本などの小売店で販売されています。

当社の小売業者は、幅広い品ぞろえと際立つフレーバーが顧客のリピート購入を促していることを実感しています。商品は、ウィスコンシン州ハドソンにて自社で製造しており、世界中のフードスポーツ競技参加者に支持されています。

100%天然 | グルテンフリー | グルタミン酸ナトリウム (MSG) 不使用

croixvalleyfoods.com



キリック・ホット・ソース (Killik Hot Sauce)

オハイオ州レイクウッド

キリック・ホット・ソース (Killik Hot Sauce Co.) は、2019年にホットソース好きの父と娘が創業しました。家族が2度の心臓発作に見舞われた後、減塩の代替品を作ったことがきっかけでキリック・ホット・ソースの始まりとなるソースが生まれ、従来のホットソースに代わる独自のヘルシー商品を提供するというミッションを掲げました。家族経営で起業したこのスタートアップは、この3年半で急速に成長を遂げ、キリックのチームは独自の発酵商品ラインの流通拡大に尽力しています。ホットソースと発酵食品の愛好家 (特に塩分制限が必要な消費者) に商品を提供するため、一本一本に健康に良い商品を詰めて提供するよう努めています。

killikhsc.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。



ミート・ミッチ (Meat Mitch)

カンザス州ショーニーミッション

ミート・ミッチは、世界大会で優勝したカンザスシティのバーベキューチームです。ミッチ (Mitch) とそのバーベキュー仲間は、10年以上をかけて技術を磨いた後、チャンピオンの座とトロフィーを勝ち取るために独自のスパイスとソースのブレンドを作り始め、見事優勝を果たしました。現在、ミート・ミッチの商品は全米のバーベキュー大会で使用されており、バリ、オーストラリア、スイス、ニュージーランド、英国、ブラジル、カナダ (ノバスコシア州) などで人気があります。

成功を収めた素晴らしいフレーバーは、ミート・ミッチ・バーベキュー (Meat Mitch BBQ) と名付けられた受賞実績を誇るレストランで完成しました。このレストランは、中西部最大の屋外バーベキュー場も完備しています。当社はまた、ワールドチャンピオンに輝いた野球チームであるカンザスシティ・ロイヤルズと素晴らしい関係を築いており、シーズンを通して頻りに試合後の食事を提供しています。

meatmitch.com



マイティ・クリケット (Mighty Cricket)

ミズーリ州ボールウィン

私たちは、毎日の食品に砂糖、化学物質、保存料が多く含まれている時代を生きています。活力あふれる生活を送るために、十分なタンパク質、栄養素、エネルギーを摂取しながら健康を維持できる食品を見つけることが、これまで以上に難しくなっています。

マイティ・クリケットは、代替タンパク質のトレンドが成長を続ける中、それらの商品を消費者にお届けしています。商品はフレッシュ・タイム (Fresh Thyme) やハイヴィー (Hy-Vee) などの米国の小売店で販売されています。また、マイティ・クリケットはフォーブス誌 (Forbes) と Inc. 誌 (Inc. Magazine) で紹介されました。

当社の商品には、筋肉の増強を促進する完全タンパク質、活力を高めるビタミンB12、消化管の健康を向上させるプレバイオティックファイバーなど、健康に役立つ持続可能なプロテインスーパーフードが含まれています。

マイティ・クリケットの商品は、地球上で最も持続可能なプロテインです。牛肉と比較すると、水は2,000分の1、飼料は12分の1、CO2排出量は100分の1となっています。mightycricket.com



シュルスバーグ・クリーマリー (Shullsburg Creamery)

ウィスコンシン州シュルスバーグ

シュルスバーグ・クリーマリーは、ほぼ1世紀にわたって、最高の原料、豊富で伝統的なレシピ、実践的な手法を用いて、世界で最もおいしいチーズを生産してきました。「バーボン・バレル・スモークト・クラックト・ブラック・ペッパー・チェダー (Bourbon Barrel Smoked Cracked Black Pepper Cheddar)」は、熟成したバーボン樽をチップ状に粉碎したものを使用し、砕いたブラックペッパーを燻製にしたものです。そして、燻製にしたブラックペッパーを、職人技で作ったホワイトチェダーチーズに加えました。ナチュラルチーズに風味を加えたこの商品は、チーズの風味を強調し過ぎることなく引き立てています。当社のチーズ職人が、このチーズを天然のヒッコリーのスモークでゆっくりと仕上げ、繊細でかすかなおいしさを引き出しました。

受賞歴を誇るこのチーズを、グリルしたステーキ、ローズマリーブレッド、ハールエール、ピノワール、そしてもちろんバーボンやスコッチと一緒に召し上がってみてください。shullsburgcreamery.com



ザ・ランアトン・グループ (The Run-A-Ton Group, Inc.)

ニュージャージー州チェスター

ザ・ランアトン・グループのホーリー・グルテン・フリー (Wholly Gluten Free) は、食事のニーズを満たすために味を犠牲にするべきではないという信念に基づき、2014年に創業しました。グルテンフリー、アレルギーフレンドリー、ビーガン、コーシャ対応といったさまざまな食事ニーズを満たしながら、制限のない消費者にとっても十分においしい商品を開発し、イノベーションを続けています。

楽しい食事は人々を一つにします。だからこそ、当社にとって重要なのは、お客様やその大切な人たちに、得るに値するおいしさと安心を享受しながら、一緒にいる時間を楽しんでもらうことです。当社の商品は、全国のグルテンフリー冷凍食品売り場で販売されています。runaton.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。



アプレス・ビバレッジ (Apres Beverages, Inc.)

ミシガン州バトルクリーク

「キャスク&ケトル (Cask & Kettle)」では、度数の高い蒸留酒と、ゆっくり焙煎したデカフェのコーヒー、力強いフレーバーをブレンドして、使いやすい便利なK-cupに収めました。カクテルベースとして作られたカプセル「キャスク&ケトル」は、キューリグ方式の抽出システムでホットで楽しむか、K-cupを (マシンを使用せずに) 6オンスのお湯または冷水に注いで軽くかき混ぜるだけで出来上がりです。当社のカクテルは現在1,300店の小売店で取り扱われています。

当社のミッションは、マインドフルな瞬間を増やすことです。K-cupの利便性を活用して、技術や複雑さを損なうことなく、準備、共有、購入が簡単なカクテルを開発しました。当社は、お客様がいつでもどこでも「自分を大切に」瞬間を実現できる、カクテルを楽しむ体験を創出したいと考えています。しかもデカフェなら、いつでもコーヒーカクテルを楽しめます。コーヒー、カクテル、利便性を組み合わせた画期的なミックスドリンクをお届けします。

当社の商品は、「アイリッシュ・コーヒー (Irish Coffee)」、「メキシカン・コーヒー (Mexican Coffee)」、「ミシガン・スパイクド・サイダー (Michigan Spiked Cider)」のような食後のドリンクから、社内のミクソロジーチームが独自に開発したリラックスできるカクテル「ミント・パティ・コーヒー (Mint Patty Coffee)」と「ホット・ブロンド・コーヒー (Hot Blonde Coffee)」に至るまで、5つのフレーバーで展開しています。 caskandkettleusa.com



サンデー・ナイト・フード (Sunday Night Food)

アイオワ州デモイン

当社のプレミアムデザートソースは、世界最高品質の原料を使用した、びん入りのビュアチョコレートガナッシュです。濃厚かつ滑らかでぜひ味わいをお楽しみください。伝統的なフランスの技法を用いて、有名なギタード (Guillard) のチョコレートとココア、サトウキビ糖、新鮮なクリームとバター、ニールセンマッセイ (Nielsen-Massey) のビュアバニラ、シーソルトを使用し、小ロットで至福のチョコレート製造しています。

艶のあるぜいたくなソースは、保存料も人工香料も不使用で、博士号を要するような難解な原料は一切使用していません。「サンデー・ナイト (Sunday Night)」のソースは、常にビュアで美しく、すぐに使用できます。 sundaynightfoods.com



ウェルフリート・シェルフィッシュ・カンパニー (Wellfleet Shellfish Company)

マサチューセッツ州イーストハム

2002年に創業されたウェルフリート・シェルフィッシュ・カンパニーは、マサチューセッツ州ケープコッドに拠点を置く魚介類卸売業者です。地元で漁業を営む家族から直接仕入れ、持続可能な漁獲と海から食卓までのトレーサビリティに賛同しています。何千年の間、ケープコッドの人々の暮らしは漁業に支えられてきました。先住民は、豊かな天然資源を大切にしてきました。そして今日の地元民たちは、天然資源の収穫という伝統を継続しながら、世界的に知られるカキやアサリを養殖しています。陸上の施設には、米国食品医薬品局 (FDA) の認可を受けた生貝を保管するタンクがあり、生きたロブスターや軟体動物の貝類の新鮮さを保っています。調達場所に拠点を置いていること、自社の漁船を所有していること、貝類の漁場に直接アクセスできることで、年間を通じて新鮮な魚介類を入手し、世界中に販売できます。

ウェルフリート・シェルフィッシュ・カンパニーは、生ガキ、生ホンビノス貝、生ホッキ貝、生きた北大西洋ロブスターなどの天然および養殖の甲類を提供しています。 wellfleetshell.com



OTT エンタープライジズ (OTT Enterprises LLC)

ミズーリ州セントルイス

「ビッグ・オー (Big O)」は、クリエイター/オーナーが小ロットで手作りしている100%天然のジンジャーリキュールです。「ビッグ・オー」は、バーやレストランだけでなく家庭でも簡単においしいミックスドリンクを作れる、使い勝手の良いカクテルベースです。食後酒としても最適です。手で刻んだ新鮮な生姜とその他のホールスパイスを使用している「ビッグ・オー」は、ラム、ウイスキー、ジン、テキーラなどのあらゆる蒸留酒から、ワインやビールまで、どれを使用してもおいしく混ざって価値を高め、昔ながらのカクテルやクラフトカクテルを作ることができます。また、シェフは「ビッグ・オー」を使用して、おいしいデザートや、肉料理の食欲をそそるソースまたはグレイズを作ることができます。

ほどよくスパイシーな味わいで、アルコール度数も甘さも控えめであるため、誰もが「ビッグ・オー」の優しいぬくもりと爽やかな風味を楽しめます。

bigorecipes.com



パナシェ (Panache)

ミネソタ州セントポール

ジュースだけでなく「パナシェ (Panache)」があります。リンゴジュースに含まれる植物浸出液は、体に活力を与え、心を満たします。アーユルヴェーダのレシピとヨガの食品科学でバランスと調和を考えて作られた、エンペティカロリーなしの機能性飲料です。前菜、主菜、デザート、グリル料理に合わせてお楽しみください。

果汁100%、アルコール度数4.5%のドライスパークリング。伝統的。手作り。シャンパーニュ製法による二次発酵で、高級シャンパンと同等の品質でありながら3分の1の価格。100%女性経営企業。ミネソタ州の企業。 panacheapple.com



ミズーリ・ノーザン・ピーカン・グロワーズ (Missouri Northern Pecan Growers)

ミズーリ州ネバダ

当社は、地元の複数のピーカン農家によって2000年に設立された農家所有企業です。現在は50以上の地元農家が参加しています。油分が多く味に優れており、南部の交配種よりもサイズが小さい天然ピーカンを専門に扱っています。当社のピーカンは、栽培も加工も100%米国で行っています。加工工場はHACCP認証を取得済みで、FDAに準拠しており、第三者機関の監査を受けています。商品は、オーガニック認証を取得済みのピーカン、非オーガニックのピーカン、ピーカンオイル、ピーカンミールフラワーなどを取り扱っています。持続可能で、心臓の健康に良く、添加物、保存料、遺伝子組換え派生原料は不使用で、単一原料の商品を生産していることに誇りを持っています。

オーガニック認証取得済み | グルテンフリー | 非GMO | コーシャ対応 | ビーガン対応 | 心臓の健康に良い | ケト、パレオ、Whole30対応 | 保存料および人工原料不使用 mopecans.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。



リリーズQソース・アンド・ラブス (Lillie's Q Sauces and Rubs, LLC)

イリノイ州シカゴ

2010年7月、シェフのチャーリー・マッケナ (Charlie McKenna) がシカゴにリリーズQレストランを開業しました。店名は、故郷であるサウスカロライナ州グリーンビルで南部料理を教えてくれた祖母のリリーにちなんで名付けられました。チャーリーは、テネシー州メンフィス、アラバマ州、ノースカロライナ州、サウスカロライナ州のバーベキューコンテスト会場を巡った経験から、各地域の特徴を生かしたリリーズQのソースを作りました。

ソースの他にもラブやケトルチップスなどの商品が、チャーリーの旅からインスピレーションを得た南部の味を生かして作られています。南部のフレーバーを融合したこれらの本格的な商品で、チャーリーとリリーズQは、2007年と2016年にメンフィス・イン・メイ・ワールド・チャンピオンシップ・バーベキュー・クッキング・コンテストで優勝したほか、国内の数々の賞を獲得してきました。リリーズQの新商品「ウィング・アンド・テンドー・ソース (Wing and Tender Sauces)」と「ゼロ・シュガー・バーベキュー・ソース (Zero Sugar Barbecue Sauces)」は今秋発売予定です。 liliesq.com



ヘラ・カクテル (Hella Cocktail Co.)

ニューヨーク州ニューヨーク

ヘラの「ビターズ&ソーダ (Bitters & Soda)」は、南仏のゲンチアナチンキから洗練された爽やかなフレーバーを抽出した、上質なスパークリングミキサーです。「ビターズ&ソーダ」は、熟練の技術と味わいと発見の集大成で、お好みのスピリッツと合わせても、そのままでも楽しめます。すっきりとした苦みが特徴の発泡飲料で、飲む人を新しい世界に誘います。商品は、低糖と無糖を含む5つのフレーバーで展開しています。

ヘラ・カクテルは、もっと味わいたい、もっと知りたいというすべての人に向けて誠実に商品を作っている、発見に根差したミクソロジー企業です。当社のミッションは、あらゆる人々の心や気持ち、そしてお腹に、新たな味わいと無限の発見をもたらすことです。ミクソロジー体験を通じて知識と癒やしを提供しており、お客様自身だけでなく、ゲストにも正しい選択をしていることを実感していただけます。 hellacocktail.co



ダブル・コンフォート・フーズ (Double Comfort Foods)

オハイオ州コロンバス

ダブル・コンフォート・フーズは、米国中西部で生産されている、受賞実績を誇る本格的な高品質のソースとスパイスブレンドを販売する手作りの食品企業です。当社の商品は人工原料を使用しておらず、レシピはグルテンフリーかつビーガン対応です。また、天然の保存料である酢を使用して、ソースの味のバランスを整えています。風味豊かでスパイシーな調味料は、どんな料理も引き立てます。

2014年にダブル・コンフォート・レストランのためにメアリー・リスキー (Mary Lyski) が作ったこれらの商品は、メンフィスならではの味です。「メンフィス・ヒート・レッド・ペッパー・ソース (Memphis Heat Red Pepper Sauce)」は辛さと南部の深い味わいを提供し、「ブルース・シティ・カイエン・ガーリック・ソース (Blues City Cayenne Garlic Sauce)」は毎日の食事に手軽に使えるソースです。主力商品は、フライドチキンのマリネやグリル料理、パスタ、米料理に使える「ソウル・オブ・ザ・サウス (Soul of the South)」です。

ダブル・コンフォートは、当社の商品を使う喜びを「ダブル」にするため、援助を必要としている人々に食品を提供するフードパントリーに収益を寄付しています。当社の商品を使用して提供された16万食以上の食事によって人々を支援すると同時に、お客様にはおいしさと当社独自のレシピをお届けしています。

doublecomfortfoods.com



グラミネックス (Graminex LLC)

オハイオ州デシュラー

グラミネックスは、オハイオ州北西部に拠点を置く家族経営企業で、花粉を栽培し、独自の花粉エキス商品を製造しています。花粉エキスの効果は、前立腺、泌尿器、更年期の健康など、さまざまな症状を対象にした100以上の臨床研究によって裏付けられています。当社の花粉エキスには、高濃度のアミノ酸、抗酸化物質、脂肪酸、植物ステロール、ビタミン、ミネラル、フラボノイドなどの植物栄養素が含まれています。用途としては、医薬品、栄養補助食品、化粧品、機能的食品・飲料、ペット用品などが挙げられます。グラミネックスは、独自の花粉エキス最終商品向けの社内カスタム製造ソリューションも提供しています。 graminex.com



ブルータス・ブロス (Brutus Broth)

コネチカット州ブリッジウォーター

生き生きと暮らしていた子犬のブルータスは、ほとんどの老犬が直面する多くの健康問題を抱えていました。餌にボーンブロスを加えると、おいしくなるだけでなく、ドライフードの消化を促すなど、栄養価も高まりました。私たちは数千時間を費やして、ペット市場の調査や、業界専門家との面談、レシピのテストと微調整、パッケージ試作品のデザイン、原料のサプライヤーやメーカーとの連携に努めました。

「ブルータス・ブロス (Brutus Broth)」は、市場に出回っている他の商品にはない追加栄養素で愛犬の健康全般を増進できるように作られています。犬の関節の健康をサポートするコンドロイチンやグルコサミンに加えて、炎症を抑えるウコンを配合した「ブルータス・ブロス」は、それらの栄養素を現在の餌に手頃な価格で追加できる優れた方法です。

ビーフ、チキン、ポーク、サーモン (植物性タンパク質) の4つのフレーバーの商品を展開しているほか、旅行や愛犬と一緒に外出する際に便利なドライタイプの「ブルータス・オン・ザ・ゴー (Brutus On the Go)」、チキン味とビーフ味のボーン・ブロス・ビスケット「ブルータス・ビスケット (Brutus Biscuits)」も取りそろえています。当社のミッションは、ペットに栄養を与え、地域社会に利益を還元することです。また、地元、各地域、全米の動物愛護団体やシェルターなどをサポートしていることを誇りに思っています。 brutusbroth.com



カイゼ・コンセプツ (KiZE Concepts Inc.)

オクラホマ州オクラホマシティ

カイゼは、暮らしをより良くするというミッション、情熱、目的を掲げるヘルシー snack 食品メーカーで、「カイゼ・バー (KiZE Bars)」を生産しているほか、受託製造も承っています。

カイゼは、クリーンラベルの高品質なスナックとプロテインバーを専門に扱っています。商品は、シンプルな原料、植物由来、高タンパク質、低糖、アダプトゲン、ビーガン、ケトなど、さまざまな特長や機能を備えています。

カイゼのミッションには、公正さに関わってきた人々に変革をもたらすための雇用の提供、飢えに苦しむ人々への食事の提供、ホームレスへの奉仕、危険な状態にある若者への助言、ハイチでの国際的な取り組みなどが含まれています。

kizeconcepts.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。



フラワー・イノベーション (Flour Innovation LLC)

ネブラスカ州オマハ

フラワー・イノベーションは、長年の研究と、厳選した栄養豊富な全粒穀物および種子のテストを経て、高品質のスーパーフードの栄養素をブレンドした「ヘンプ・アンド・シード (Hemp N' Seeds)」を開発しました。当社は、あらゆるベーキングニーズ向けの栄養価と汎用性の高い小麦粉を販売しています。精白小麦粉と1対1で置き換えられるため、消費者は罪悪感なく新しいレシピを生み出せます。主力商品の「マルチグレイン・ラスティック・フレンチ (Multigrain Rustic French)」から、「ケト (Keto)」、「ジャーマン・ファーマー・ライ (German Farmer Rye)」、「ホール・ウィート・アーティザナル (Whole Wheat Artisanal)」、「グルテン・フリー (Gluten Free)」まで、お客様が求めているヘルシーな代替食品を提供しています。
ビーガン | コーシャ | 非GMO FlourInnovation.com



ビーナッティー・グルメ・ピーナツ・バター (BNutty Gourmet Peanut Butter)

インディアナ州ポーテージ

ビーナッティー・グルメ・ピーナツ・バターは、試合に向かう途中のガソリンスタンドで売っているジャンクフードを食べる子どもたちにうんざりした2人のエネルギーギッシュなサッカーママが創業しました。手軽に食べられるおいしいスナックとして、塗る必要もディップする必要もなく、家族全員が手軽に楽しめます。また、あらゆる好みに合うようにさまざまなフレーバーを取りそろえています

ビーナッティーの商品は、「ザ・ナッツハウス」として知られている1万7,000平方フィートの生産工場が愛情を込めて作られています。女性が所有するマイノリティ経営企業 (MBE) として認定されており、おいしいスナックを提供するだけでなく、学生教育プログラムを通じて地域社会に貢献することもミッションとしています。
グルテンフリー | コーシャ bnutty.com



ケープ・コッド・セレクト (Cape Cod Select LLC)

マサチューセッツ州カーバー

ケープ・コッド・セレクトは、冷凍の「クランベリー (Cranberries)」、「パワー・ベリー・ブレンド (Power Berry Blend)」、「トロピカル・ブレンド (Tropical Blend)」、「ブルーベリー・ブレンド (Blueberry Blend)」といったさまざまな商品で、年間を通して消費者に新鮮な冷凍クランベリーを提供しています。冷凍クランベリーはスムージーに最適です。

ケープ・コッド・セレクトは、家族経営の農場が生産するクランベリーのマーケティングおよび小売りのブランドとして、2009年に創業しました。それまでは、消費者向けの新鮮な冷凍クランベリーはほとんどありませんでした。今では、冷凍クランベリーは消費者の食生活の日常的な食材となっています。ケープ・コッド・セレクトの商品は、米国および海外の食品店で販売されています。

非GMO | コーシャ | GLOBAL G.A.P. 認証取得済みの栽培 | 100%天然 | 保存料不使用 | 添加物不使用 | 女性経営企業 CapeCodSelect.com



アドバンスト・サンフラワー (Advanced Sunflower LLC)

サウスダコタ州ヒューロン

当社は、食用ヒマワリや鳥の餌の販売を専門に手掛けている付加価値の高い加工企業です。ヒマワリ業界で50年以上にわたる経験を有し、ヒマワリ加工における一流企業と見なされていることを誇りにしています。当社の食用商品ラインには、大粒の菓子用殻付きヒマワリ種子や、食用の殻むきヒマワリ種子などがあります。また、ヒマワリのチップおよびピース、鳥の餌用の殻付きヒマワリ種子も生産しています。
advancedsunflower.com



ヘルシー・フード・イングリーディエンツ (Healthy Food Ingredients)

ノースダコタ州ファーゴ

ヘルシー・フード・イングリーディエンツは、粉碎および混合といった独自の加工技術を用いて、非GMOかつオーガニックの豆類、穀類、種子、亜麻、「サントヴァ・パープル・コーン (Suntava Purple Corn™)」といったスペシャルティ食材を提供しています。再生農業であるか農場とつながっているにかかわらず、お客様と連携することで、お客様のストーリーを伝え、情熱を共有しています。当社は、多様な生産者ネットワークを通じて、安全かつヘルシーで最高品質の食材をお届けしています。
HFfamily.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。



アグロプール (Agropur)

ウィスコンシン州アップルトン

アグロプールの受賞実績を誇るモッツアレラチーズは、マイルドでクリーミーなチーズで、溶けると見た目にもきれいに伸びます。繊細な味と食感で、サンドイッチやケサディーヤなどさまざまな用途に利用できます。当社のモッツアレラチーズはピザを仕上げる秘訣であり、近所の家族経営の店から全国展開しているフランチャイズ店まで、幅広いピザ屋に選ばれています。

アグロプールは上位20社に入るグローバルな酪農企業で、毎年10億ポンド以上の健康に良いチーズを製造しています。経験豊富なチーズ製造業者として商品には大いに誇りを持っており、権威あるコンテストで認められ続けています。20種以上のチーズを生産する能力を備え、チェダー、フェタ、モッツアレラ、プロヴォローネを専門に手掛けています。 agropur.com/us



アバ・インダストリーズ (Abba Industries)

ミシガン州イプシランティ

40年の歴史を誇るレシピを有するアバ・インダストリーズは、ユニークかつ天然で、栄養価が高く、機能性に優れた、おいしい「ジンジャー・クエンチャー (Ginger Quencher)」、「ジンジャー・リフレッシャー (Ginger Refresher)」、「ジンジャー・ハイビスカス (Ginger Hibiscus)」、「ジンジャー・オレンジ (Ginger Orange)」、「ジンジャー・マンゴー (Ginger Mango)」、「ジンジャー・ターメリック (Ginger Turmeric)」、「100% ハイビスカス (100% Hibiscus)」、「100% ジンジャー (100% Ginger)」といった飲料や、「コンセントレイト&ウェルネス・ショット (Concentrates & Wellness Shots)」を提供しています。当社の商品は、オーガニック/健康食品店、食料品店、スーパーマーケットのデリ惣菜売り場、持ち帰りコーナー、大学の食堂、ホテルのバーおよびレストラン、ビール醸造所など、さまざまなチャネルで販売されています。

天然 | 本物の原料 | 本物の味 | 保存料不使用 | 人工着色料不使用 | 人工香料不使用 | 非GMO abbasuperstore.com



スプリツアル・クッキー・カンパニー (Spritzal Cookie Company, LLC.)

マサチューセッツ州ロックランド

2014年に創業したスプリツアル・クッキー・カンパニーは、テイラー・ウォーカー (Taylor Walker) とジョディ・ウォーカー (Jody Walker) が大好きなナニー・グレッタ (Nannie Greta) にインスピレーションを受けた、マサチューセッツ州ロックランドにある母と娘による製菓企業です。あらゆる嗜好のお客様に満足していただけるように、伝統的なショートブレッドクッキーと、斬新で楽しいフレーバーを取りそろえています。バターたっぷりのおいしいクッキーをぜひ一度食べてみてください。スプリツアル・クッキーのショートブレッドの「アーモンド (Almond)」、「レモン (Lemon)」、「ブルーベリー・パイ (Blueberry Pie)」、「キー・ライム (Key Lime)」の各フレーバーには、ナニー・グレッタの100%天然の5つの原料を使用したオリジナルレシピをそのまま用いています。すべてのフレーバーでシンプルなクリーンラベルの原料を使用し、手作りのクッキーのようなおいしさを提供しています。 spritzal.com



ペニーズ・ティー (Pennie's Tea)

イリノイ州モニー

ペニーズ・ティーは、健康的な暮らしの推進というミッションの下、ユニークな味わいを体験できるしっかりとしたフレーバーの高品質なルーズリーフティーとコールドブリューアイスティーを提供し、お客様の毎日に変化をもたらすことを目指しています。

このブランドは、お得意様と、家庭内暴力 (DV) から逃れた創業者による情熱と原動力に支えられています。ペニーズ・ティーの収益の一部は、DV被害女性の安全と教育に役立てられています。 penniestea.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。

消費者の半数以上が、生活費の高騰で食習慣を変えたと回答
 マーケットウォッチ (MarketWatch) によると、グローバルインテリジェンス企業であるモーニング・コンサルト (Morning Consult) の新たな調査で、10人中およそ8人がレストランやバーの利用を減らしており、約72%が肉の購入を減らしていることが明らかになりました。

多くの消費者がコロナを気にしなくなり、食料品店のオンラインサービスの利用が低下する見込み
 スーパーマーケット・ニュース (Supermarket News) によると、チェース・デザイン (Chase Design) のオンラインショッパー調査で、オンラインで購入した食料品の宅配を利用する消費者の割合が、近い将来に約25%減少するものと予想されています。

コーヒーショップを利用している消費者は、健康、動物の福祉、環境配慮のために植物由来の商品を希望
 ザ・フード・インスティテュート (The Food Institute) によると、先日開催されたコーヒー・フェスト・シカゴ (Coffee Fest Chicago) では多くの植物由来商品が目立っていました。

30歳未満で年収12万5,000ドル超の消費者はゲノム編集食品を避けたい傾向
 ミート+ポウルトリイ (Meat+Poultry) によると、先ごろの調査で、科学技術を肯定的に捉え、農業バイオテクノロジー企業を信頼し、ゲノム編集技術を十分に理解している消費者も、ゲノム編集食品を避けたい傾向にあることが明らかになりました。



コロナ禍の自宅での間食や栄養意識の高まりがヨーグルトカテゴリーを後押し
 スーパーマーケット・ニュースによると、スーパーマーケットにおけるヨーグルトの売上高は2022年4月に前年比8%増の6億6,200万ドルとなり、2021年後半からの上昇傾向が継続しています。

機能性食品原料市場は2030年までに6.7%のCAGRで成長する見通し
 リサーチ・アンド・マーケット (Research and Markets) によると、ケトやビーガンなどの特殊な食習慣の成長に加えて、健康意識の高まりが成長の主な推進要因となっています。

ミネソタ大学の調査によると動物性タンパク質を好む米国人は約80%
 その一方で、ナショナル・ホグ・ファーマー (National Hog Farmer) によると、今後5年間で植物性タンパク質の摂取を増やす予定であるという回答の割合は31%でした。

コロナ禍での朝食用冷凍食品のまとめ買いが継続
 スーパーマーケット・ニュースによると、米国冷凍食品協会 (American Frozen Food Institute) のデータで、4月の冷凍食品全体の売上高が前年同月比6.8%増となり、朝食用冷凍食品の11.4%増がそれに寄与しています。

オンラインで食料品を購入する米国消費者は、より多くの小売店でより多く支出
 スーパーマーケット・ニュースによると、ダンハンビー (dunnhumby) の最新の消費者トレンドトラッカーで、オムニチャネルの買い物客は、店舗でのみ買い物をする消費者よりも食料品への支出が1.5倍多く、利用する小売店も最大で2倍多いことが明らかになりました。

価格以外の理由でプライベートブランドを購入する客が増加
 スーパーマーケット・ニュースによると、FMI (The Food Industry Association) の新たな調査で、プライベートブランド商品を選ぶ理由として価値感を挙げる買い物客はごく一部であり、品質、味、持続可能性などの要因が消費者の親しみを高めていることが分かりました。



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
- 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

- Laura England**
Deputy Director
- 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-customer. 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.