

U.S. FOODLINK

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

Vol. 19 No. 1



インフレに直面する中 フードサービス需要は引き続き堅調

高インフレに伴い自宅で食事をするを選ぶ消費者が増えている中、米国ではフードサービスに対する需要が引き続き堅調です。

データセンシャル(Datassential)によると、客足が増加したと回答した事業者が47%だったのに対し、減少したと回答した事業者は39%でした。また、全米レストラン協会(National Restaurant Association: NRA)によると、成人の46%が、望むほどはレストランで食事をしていないと答えています。

レストランは、予算を気にする消費者に自分の店を利用してもらえようとする説得力のある理由を模索しています。そのためには、最新の食材とメニューのトレンドを把握する必要があります。消費者が夜に外食を楽しむか、それとも自分で料理するかは、適切な価格で適切な料理を提供できるかどうかにかかっています。

NRAは、消費者はお手頃価格でなじみのある料理を求めており、このカテゴリーの上位はフライドチキンと予想しています。ある調査ではシェフの70%が「チキンサンドイッチ戦争」が続くと回答しています。定番のサンドイッチにスパイシーな味わいや甘さ、具材の組み合わせを工夫し、注目を浴びる機会を創出しています。

チキンサンドイッチは全米でオフィス勤務が再開した時期に人気が高まり、ますます多くの消費者が手軽な食事を求めています。チキンサンドイッチは比較的安価なカット肉を使用してもおいしい商品を作るため、食材コストの高騰に対処できます。フレンチトーストスティックなどの片手で食べられるメニューも、その利便性から人気が高まることが予想されています。

(2ページ目に続く)



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org



フードサービス需要は引き続き堅調 続き

健康面について、USフーズ(US Foods)によると、肉を使用した前菜の代わりに、カリフラワーがメニューに加わることが増えています。カリフラワーウィングの例を挙げると過去4年間で431%増加しており、パッファローカリフラワーのメニューは同期間で348%増加しました。これらの推移は、NRAの調査で、シャルキュトリボードに次ぐ2番目に人気の前菜として、シェフがカリフラワーを挙げていた結果を裏付けています。

テクノミック(Technomic)によると、高い利益率を維持しつつ顧客を満足させたいフードサービス事業者は、パンやパスタなどの穀物食品に注目するようになると考えられています。デザートやドリンクを含むさまざまな食事で穀物が新たな役割を果たすようになり、多様な種類の穀物があることから、世界中で料理の幅が広がると同社は見込んでいます。

テクノミックは次のように述べています。「事業者は、イングリッシュマフィンのピザ、フォカッチャのフレンチトースト、フライドラザニアなど、昔ながらの料理に工夫を加えたり、ジャマイカのココブレッドやサルデーニャのパーネカラサウといった世界中のメニューを工夫したりすることで、小麦粉の汎用性を生かすようになるでしょう。また、米を熟成させるなどの新しい調理方法のほか、フィリピンのスーマンというライスケーキや、南インドのアップラムというパンケーキなど、米の生地を発酵させて作る世界各地の料理も注目を浴びると予想されます。その他の穀物については、ミレットやテフがグルテンフリーの代替品として普及し、フリーカやエンマーが人気の衰えないボウルメニューに新風を吹き込むことになるでしょう。」



多くの情報源から、ベジタリアンやビーガンになる消費者の増加スピードは減速していないという見解も聞かれます。

複数の調査から、米国人の10人に1人がビーガン食を選択していることが明らかになっています。このトレンドを裏付ける動きとして、バーガー・キング(Burger King)やカリフォルニア・ピザ・キッチン(California Pizza Kitchen)などの主流のフードサービス事業者が代替肉や植物由来肉をメニューに加えています。NCRは、ビーガンチキンナゲット、ビーガンチョリソー、ビーガンベーコンといったメニューの人気の米国でさらに高まると見込んでいます。

マッシュルームは、その健康効果と多様な風味から、レストランで人気食材となっています。ポートベロバーガーはベジタリアンの間では定番のメニューであり、過去4年間で2,824%もの驚異的な増加を記録している植物性バーガーをけん引しています。菌類の食材は汎用性と多様性に優れているため、特にビーガンやベジタリアン向けのレストランでは多くの料理にマッシュルームが使用されるようになるでしょう。

持続可能性を高める方法を模索しているレストランも少なくありません。持続可能性とは地元の食材を調達することを意味することでも多いですが、ほとんどの食材について一年のうちで少なくとも一時期は地元産以外のものを調達する必要があります。レストランは持続可能な取り組みを売りとするメーカーやサプライヤーを探しており、同じことを考えているフードサービス事業者にとっても、そうしたメーカーやサプライヤーは最適なパートナーとなります。

さまざまなトレンドがありますが、2023年のテーマは「価格」になるものと予想されます。食材価格のさらなる高騰が見込まれるため、レストランは顧客にコストを転嫁することを避けながら、自社の利益を維持する方法を模索することになるでしょう。

NRAのリサーチ部門担当シニアバイスプレジデントであるハドン・リール氏は次のように述べています。「インフレで消費者のお金の使い方が変化しています。レストランでの体験やつながりを求める一方、それに価値を見いだせることを重視しています。トレンドを求める気持ちと、対価として期待されていることをどう結び付けるかが課題となっています。」

誰もが価格上昇の影響を受ける中、賢明なメーカーは、有望なトレンドや利益率の高い商品を取り入れることによって食材の価値を最大化する方法を見いだしています。複数の調査で、フードサービスに対する関心がかつてないほど高まっていることが明らかになりました。インフレにもかかわらず店舗を訪れてもらえる魅力的なメニューを提供できるかどうかは、レストランとサプライヤー次第です。



マッシュルームは、その健康効果と多様な風味から、レストランで人気の食材となっています。ポートベロバーガーはベジタリアンの間では定番のメニューであり、菌類の食材は汎用性と多様性に優れているため、特にビーガンやベジタリアン向けのレストランでは多くの料理にマッシュルームが使用されるようになるでしょう

こうした関心は、ホール・フーズ・マーケット(Whole Foods Market)が2023年に予測している自宅志向というトレンドに集約されるかもしれません。予測の中で、消費者が果物や野菜をより多く摂取できるように工夫された植物由来の代替パスタが取り上げられています。スパゲティスクアッシュ、ハートオブパーム、グリーンバナナなどの食材が、ヒヨコマメのパスタやカリフラワーのニョッキといった既存の代替食品に加わり、植物由来のパスタに変革をもたらすことが予想されています。

持続可能な定番食材に代わる魚類やレンズマメなどの豆類



オーガニック食品と持続可能性はほぼ同義ですが、環境を重視する消費者は、自分にとってメリットがあるさまざまな選択肢に目を向けるでしょう。

養殖魚や質素なレンズマメといった食品は持続可能なものであり、環境配慮を最大限に活用したい企業の期待を上回る食材として注目です。

スペシャルティ・フード協会(Specialty Food Association)は、2023年のトレンドの上位に代替シーフードの需要を挙げていますが、これは持続可能な選択肢に対する需要に後押しされたものです。そのカテゴリーの一つが植物由来の魚で、自然集団に悪影響を与えずに本物の魚を提供する方法として海洋養殖も増加しつつあります。海藻や藻も、消費者に利用される機会が増えるものと期待されています。

さらに注目を浴びている持続可能なシーフードのトレンドとして、コピ(アジア鯉)が挙げられます。米国中西部の外来種で有害生物と見なされていましたが、食品として利用しようという動きがあります。今のところ、この取り組みは現地でのみ行われていますが、コピは天然でありながら持続可能なメリットを提供できるシーフードになる可能性があります。



持続可能性に関する議論でまだ注目を集めていない豆類にも、意識の高い消費者につながるチャンスがあります。一部の食品会社は、健全な土壌と窒素に関する訴求を重要視しており、ミレットや亜麻などの地味な食材に活況をもたらす可能性があります。その一例として、アルファ・フード・ラボ(Alpha Food Labs)の「バラエタル・クロップ・クラッカー(Varietal Crop Crackers)」のパッケージには3年間の輪作予定に関する情報が記載されています。

スプーンショット(Spoonshot)の首席研究アナリストであるランジャン・サンダレサン(Ranjana Sundaresan)氏は次のように述べています。「現在、パッケージで最もよく見られるのは、再生農業を用いて栽培された食品であるという情報です。小規模な企業は、輪作のような特殊な再生農法に注目しています。」

米国中西部と西部で栽培されているヒヨコマメも、その持続可能な特性から人気が高まっています。豆類は窒素を土壌に返す性質があるため、輪作に非常に適した作物です。缶詰のヒヨコマメの煮汁であるアクアファバは、焼き菓子で卵の代わりに使用できるため、ヒヨコマメの持続可能性をさらに高めています。

レンズマメも、その特性からさらに関心を集める食材になることが期待されています。持続可能な穀物に関するカナダ円卓会議(Canadian Roundtable for Sustainable Crops)において、レンズマメは、消費者が購入を決定する際の関心の的となっている、実質的に二酸化炭素を排出しない穀物であるだけでなく、かんがいの必要がないことが明らかになりました。さや、殻、茎を土に播くことで、天然肥料として自然に還元されます。

..... 米国中西部・北東部の特徴





パーフェクト・ライフ・ニュートリション (Perfect Life Nutrition, LLC) 「ピーナフ・クランチ(P-nuff Crunch)」

ニュージャージー州ウェストオレンジ

「ピーナフ・クランチ」は、白インゲンマメ、ピーナツ、米を組み合わせ、サクサクした軽い食感のピーナツ味のパフに焼き上げたスナックです。その風味は、テレビ番組「シャーク・タンク (Shark Tank)」で甘じょっぱいローストピーナツと表現されました。

現在は「オリジナル (ローステッド・ピーナツ) (Original (Roasted Peanut))」、「シナモン (Cinnamon)」、「ココア (Cocoa)」、「BBQ」、「Cheddar-Jalapeno (チェダー・ハラペーニョ)」(ビーガン向け)の5つのフレーバーを展開しています。健康に良いスナックを罪悪感なく食べたい人にぴったりのスナックです。

非遺伝子組換え作物 (非GMO) の天然原料 | 100% 植物由来タンパク質5g | 1食当たり食物繊維3g | 低糖 (1食当たり2~3g) | 塩分控えめ | 一般的な塩味のスナックの3分の1の脂質 | 胃腸に優しい | グルテンフリー | 米国産

pnuff.com



カツ・グルテンフリー (Katz Gluten Free)

ニューヨーク州マウンテンビル

カツ・グルテンフリーがF・カツ夫人により2006年に設立された時には、家庭用キッチンミキサー1台と、徹底的に研究されたレシピ、そして完璧を求める不屈の精神しかありませんでした。そのおいしいお菓子のうわさは瞬く間に広まり、事業拠点が急拡大しました。今日では、GIGのグルテンフリー認証を取得した最先端の施設を運営し、厳しいグルテンフリー基準の順守において比類のない信頼性を得ています。工場ではナッツと乳製品を使用しておらず、コーシャにも対応しています。

カツ・グルテンフリーは、グルテン不耐症のすべての方の需要に応えられるように幅広い商品を取りそろえています。不純物を含まず、高品質で新鮮な天然の原料のみを使用した保存料無添加の商品は、罪悪感なく食べられます。

現在は、このカテゴリーで誰もが認めるリーダーとして、あらゆるチャネルにわたる全米規模の販売網を有しています。スピンス (Spins) によると、朝食用冷凍食品/デザートのカテゴリーでトップブランドに選ばれました。また、20カ国以上で事業を展開しており、グローバルに堅調な成長を遂げています。

katzglutenfree.com



シュルスバーク・クリーマリー (Shullsburg Creamery)

ウィスコンシン州シュルスバーク

シュルスバーク・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。ナチュラルチーズに風味を加えるという工夫で、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。適度な風味のバランスを追求しながら、職人技で作ったホワイテチャダーチーズに甘酸っぱい天然ブルーベリーを丸ごと加えた新商品は、期待を上回る驚きのおいしさです。受賞実績を誇るこの「ブルーベリー・チェダー (Blueberry Cheddar)」チーズを、グリルドポークやローストダック、甘口の白ワイン、ベルギーエール、シングルモルトのスコッチと一緒に楽しみください。

shullsburgcreamery.com



ヘルス・エンハンスト・フーズ (Health Enhanced Foods)

ニュージャージー州ロックアウェイ

ヘルス・エンハンスト・フーズの「ケトジェニック・シード・フラワー (Ketogenic Seed Flour)」は、高品質の種子を使用しており、グルテンフリー、ナッツフリー、グレインフリーかつ植物由来で、天然のビタミンとミネラルが豊富に含まれています。健康に良いケトフレンドリーの小麦粉代替品を求めている人にぴったりの商品です。この商品に替えるだけで、お気に入りのパン、マフィン、パンケーキなどを手軽に楽しめます。他にも、「ケトジェニック・アーモンド・ベーキング・ミックス (Ketogenic Almond Baking Mix)」と「ケトジェニック・ココナツ・ベーキング・ミックス (Ketogenic Coconut Baking Mix)」があり、食事の幅広い選択肢を提供しています。

創業者のキャロライン・エグベル (Caroline Egbelu) は、脳腫瘍を患っている家族を助けようとした時、適切な食事が健康につながることを知り、苦し紛れに小麦粉のブレンドを始め、その熱意と才能を開花させました。エグベルは、さまざまな疾患や食事のニーズを抱えている人に貢献することを目指し、小麦粉ブレンドの代用品を生み出す知識と取り組みをヘルス・エンハンスト・フーズにもたしました。

100% 植物由来 | 健康に良い脂質、植物性タンパク質、食物繊維を豊富に含有
HealthEnhancedFoods.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。**



パナシェ (Panache)

ミネソタ州セントポール

アップルジュースに含まれる植物抽出液は、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を取り入れ、バランスと調和を考えた作られた、エンベチカカロリーなしの機能性飲料です。高級なシャンパンにも引けを取らないおいしさですが、価格は二次発酵方式（メソッドシャンパンワーズ）で作られる商品の3分の1です。発泡性も楽しめて、アップル風味のプロセッコのようです。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 | 100%女性経営企業 | ミネソタ州の企業 | 認証: WBENC、FFFL、WBE
panacheapple.com



MNR ホールディングス (MNR Holdings LLC)

ウィスコンシン州ミルウォーキー

「フラワー・ジュース (Flower Juice)」は、他の食品に直接混ぜる（ジュース、市販のヨーグルト、ケフィアなどに1袋加えて摂取する）サプリメントとして、またはヨーグルトを発酵させるためのスターターとして使用できます。

MNRホールディングスの細菌種は、すでに自宅で発酵を行っている方のニーズに適しています。また、プロバイオティクスが豊富に含まれる食品を初めて取り入れる方にとって持ち運びやすいおいしい商品です。味気のないタブレットや錠剤で摂取する他のサプリメントとは異なり、「フラワー・ジュース」の持ち運びやすい商品ラインは、お気に入りのスムージーや冷たい飲み物、ヨーグルトに直接加えることができます。

「フラワー・ジュース」は、品質を最優先して生産されており、GMO不使用かつグルテンフリーで、ビーガン、コーシャ、ハラールに対応した商品です。MNRホールディングスの製法で使われているプロバイオティクスは、免疫や消化器系の健康をサポートします。

FlowerJuiceco.com

*「フラワー・ジュース (Flower Juice)」は、MNRホールディングスが所有する商標です。小売りや資金調達関係などの方は、キッズ・コンフェクションズ (Kidzconfections) 部門もご覧ください。「キッズ・コンフェクションズ (Kidz Confections®)」ブランドでは、数多くのライセンス商品や自社ブランド商品の開発、製造、販売を経て、新規性という長続きしない概念を打破しました。「キッズ・コンフェクションズ」ブランドは、世界中で堅固な販売を続けています。



マスタース・ギャラリー・フーズ (Masters Gallery Foods Inc.)

ウィスコンシン州プリマス

マスタース・ギャラリー・フーズは、米国の主要チーズサプライヤーとして、国内有数のチーズ在庫を誇っています。米国とプエルトリコでの販売向けに、最新鋭の生産拠点でチーズ商品のカットと包装を行っています。また、中国やメキシコをはじめ世界各国に輸出しています。

マスタース・ギャラリー・フーズは、米国の大手小売店の約半数に、自社ブランドおよび店舗ブランドのチーズプログラムを提供しています。また、米国最大規模のフードサービス卸売業者および流通業者の多くや、全米および各地域のレストランチェーン、米国農務省の学校給食プログラムにもサービスを提供しています。業務用/原料販売部門は、小売店やフードサービスだけでなく、カット業者、包装業者、食品加工業者、チーズ原料メーカーにもチーズを供給しており、主要なサプライヤーとなっています。マスタース・ギャラリー・フーズでは、優れた人材によって良質なチーズを製造しています。

mastersgalleryfoods.com



チェリー・セントラル・コーポラティブ (Cherry Central Cooperative Inc.)

ミシガン州トラバースシティ

チェリー・セントラル・コーポラティブは、ワシントン州、ユタ州、アイダホ州、ミシガン州、カナダの生産者と、9つの加工工場から成る、50年の実績を誇る協同組合です。モンモランシータルトチェリーのドライフルーツ、フローズンフルーツ、ピューレ、ジュース、濃縮果汁を専門に手掛けています。

モンモランシータルトチェリーは、甘酸っぱい味と栄養素に特徴があります。独特の風味と深紅の色は、フラボノイドファミリーのポリフェノールの一種である高濃度のアントシアニンによるものです。タルトチェリーには、ビタミンC、ビタミンA、銅が豊富に含まれています。パイの材料にぴったりですが、甘いものから塩味のものまで手軽に利用できます。チェリー・セントラル・コーポラティブは、フードサービス、小売り、バルク原料、提携メーカー、自社ブランド商品向けにタルトチェリーを供給しています。

クリーンラベル原料 | グルテン/大豆/化学保存料/添加剤不使用
cherrycentral.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。

ニュース短信

カーギル(Cargill)、農作物の世界的な備蓄量が逼迫するも食品価格は下落する可能性

ブルームバーグ(Bloomberg)によると、カーギルのCEOであるデビッド・マクレナン(David MacLennan)氏は、たった一度の不作でも価格をさらに上昇させる可能性があるとも述べています。

サプライチェーンが改善されれば 米国に飽食の時期が到来

ウォール・ストリート・ジャーナル(The Wall Street Journal)によると、業界の幹部やアナリストは、商品棚が埋まり、多くの商品が値引きされるようになると予想しています。サプライチェーンにおける逼迫の緩和により、2021年と比較してコストは高止まりしたままでも価格圧力は緩やかになっています。

成人の回答者のほぼ半数が 最近では安価なスナックブランドを選択

アテスト(Attest)が実施した調査によると、半数以上がファストフードの利用を減らしていることも明らかになりました。米国の2,000人を対象に調査しました。

消費財サプライヤーはインフレでも プレミアム商品のアップセルを継続

ブルームバーグによると、消費者による購入は減速していますが、モルソン・クアーズ(Molson Coors)やプロクター・アンド・ギャンブル(Procter & Gamble)などの企業は、消費者は緊縮した状況においても「ちょっとしたぜいたくな商品」への支出を続けると考えています。

世界の消費者の約42%が今後10年でほとんどの人が 植物由来食品を食べるようになるという回答

グローブスキャン(GlobeScan)と科学に基づいた非営利団体であるEATが実施した調査によると、植物由来食品が従来の肉に取って代わる見通しです。この調査では、世界中の3万人の消費者から寄せられた見解が集計されました。

時間に追われている場合、 多くの消費者は価格よりも利便性を優先

プログレッシブ・グロウサー(Progressive Grocer)によると、その結果として、消費者は高価な(かつ多くの場合は健康的な)食事を控えています。肉と鶏肉の2桁の価格上昇が繰り返されたことで、買い物客はお得なセット商品や肉が少ない商品を選ぶようになっています。



食料品店のフードサービスが好調

スーパーマーケット・ニュース(Supermarket News)によると、食品産業協会(The Food Industry Association)の調査で、惣菜の売上は前年比9.3%増となり、コロナ禍前から約20%増加して300億ドルを超えました。特にピザの売上が堅調でした。

インフレにもかかわらず、 植物由来を求める消費者は愛用品を継続購入

プログレッシブ・グロウサーによると、クロウガー(Kroger Co.)とプラントベースト・フーズ・インスティテュート(Plant Based Foods Institute)が実施した新しい調査で、植物由来の商品を求める消費者の95%において、2021年から同商品への支出が増加したか変化していないことが明らかになりました。

農産物と持続可能性は相性が良く、 責任ある農産物のパッケージが急増

ザ・パッカー(The Packer)によると、環境意識が高い消費者は持続可能なパッケージを求めています。カリフォルニア州のプラスチック汚染防止および包装の生産者責任に関する法案のような法案が、より一般的になる可能性があります。

過去5年間で機能性飲料の人気の上昇

テッククラunch(TechCrunch)によると、この人気の高まりは健康的な飲料を求める消費者に後押しされたものです。プレセデンス・リサーチ(Precedence Research)は現在、世界の機能性飲料市場は2030年まで年間9%近く成長し、2,794億ドル規模に達すると予測しています。



U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST & FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

Greg Cohen
Communications Manager

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

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

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



Food Export - Midwest &
Food Export - Northeast



[foodexportsusa](https://www.instagram.com/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.