

U.S. FOODLINK

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

Vol. 20 No. 2



有望な東南アジアの ペットフード市場 課題の把握も必要

世界中でペットを飼うことが流行しており、ペットフード製品の需要も急増しています。参入機会は膨大で、今後もさまざまな高品質のペットフード製品がペットオーナーから求められる見通しですが、世界の一部の地域で特に顕著な参入機会が見られます。

米国農務省(USDA) 貿易・海外農業担当アレクシス・テイラー(Alexis Taylor) 農務次官は、米国飼料産業協会(AFIA)のペットフードカンファレンスにて、米国製ペットフード製品の輸出金額は2022年で20億ドルを超え、2024年も増加傾向が続くことが予想されると述べています。

この勢いに期待を寄せるメーカーは、急速に増加している中産階級によって新たな機会が生まれ出されているベトナムに注目すべきでしょう。ベトナムの消費者は、高級ペットフードの選択肢に関心を示しています。

TGMペット・ケア(TGM Pet Care)の調査によると、ベトナムにおける回答者の67%がペットオーナーで、そのうち53%が2匹以上を飼っていることが分かりました。ペットとしては犬と猫が多く、収入の増加に伴いペットの健康維持に対する関心も高まっています。

AFIAのデータによると、その結果として、ベトナムのペットフード輸入総額は過去5年間で69%増加しています。ベトナムの市場はまだ比較的小規模ですが、USDAの海外農業局は、米国メーカーの成功を支援するために17万ドルの資金を提供しています。

(2ページ目に続く)



Food
Export
Midwest USA™



Food
Export USA
Northeast™

www.foodexport.org

有望な東南アジアのペットフード市場 続き

ベトナム・ブリーフィング(Vietnam Briefing)によると、米国メーカーにとって重要な参入機会の一つは、ベトナムメーカーへの生のペットフード原料の供給です。ベトナムの多くのペットフード加工業者は、より品質の高い多くの選択肢に必要な添加物や特殊なサプリメントを製造する技術が不足しているため、一般的な輸入品を利用しています。

ペットフードに一般的に使用されている米は、トウモロコシよりも価格の高い原料です。トウモロコシを入手できる米国企業は、より安価な原料を供給できるため、有利な立場に置かれます。

ただし、ペットフードの国際市場における参入や成長は容易なことではありません。各国にさまざまな独自のルールがあるため、現地の規制を順守した製品を提供しつつ、市場ごとに異なる要件を把握する必要があり、新たに事業を拡大するたびに独自の条件が生じます。

DKSHのデジタルイゼーション&サステナビリティ部門グループセールスオペレーション担当バイスプレジデントのリース・クラウチャー(Reece Croucher)氏は、ペット・フード・プロセッシング(Pet Food Processing)に対し、「ペットフードの国際貿易において、加工業者は、市場特有の規制だけでなく、輸入許可、マーケティング、ラベル表示、原料規制などの認可要件についてもしっかり把握しなければなりません」と述べています。



クラウチャー氏によると、文化的規範、食生活のトレンド、ペットの飼育習慣はすべて、その国の食品の嗜好に影響を及ぼす可能性があります。同氏は、マレーシアへの参入を検討しているメーカーにとってはハラールが極めて重要な要件であると述べています。イスラム教徒のペットオーナーの多くは、ハラール認証を取得済みのペットフードをペットに与えることを好むためです。

新たな市場への参入を目指すペットフードサプライヤーは、現地のパートナーを検討すべきでしょう。文化の微妙な違いや政府による規制を深く理解している企業と連携することで、円滑な参入と長期的な成長を実現できます。

エバンジャーズ(Evanger's)の社長兼所有者であるホーリー・シェール(Holly Sher)氏は、ペット・フード・プロセッシングに対し、「ほとんどの場合、海外に自社が所有するオフィスを設立しても経済的な成功は保証されないため、現地のパートナーが重要になります。そのため、業界における経験が豊富で、評判が良く、物流を確立しているだけでなく、財務的に健全で、新ブランドでの成功にも熱心に取り組んでいて、各国の流通業者や地域をまたいで事業を行っている流通業者を、どの企業も探しています」と述べています。

多くの市場ではすでに大手のペットフード企業各社が大幅なシェアを占めているため、適切なパートナーを見つけることがこの分野での課題となります。ただし、小規模な会社でも有力なパートナーになり得ます。シェール氏は、そうしたパートナーシップを築くには直接の訪問や価格面での譲歩が必要であり、政府が資金を援助する輸出プログラムが新しい国でビジネスを開始する費用を相殺してくれる可能性がある」と述べています。



加工業者が注意すべきその他の要件として、各市場の関税と税金があります。クラウチャー氏によると、価格設定などにおける要件の違いが、参入の成功に寄与する要因に大きな影響を及ぼす可能性があります。

例えば、EU地域への参入を検討しているメーカーは、ペットフード製品に導入され

ている複雑な認証制度と登録制度を理解しておく必要があります。これらの厳しい規制は、極めて高い水準の安全性、衛生、品質の確保を目的としており、普段ペットフード市場以外で事業を展開しているメーカーや加工業者にとっては課題となる場合もあります。

ベトナムの規制はそれほど厳しくありませんが、メーカーは、米国製ペットフードに7%の課税が適用されることを知っておく必要があります。またベトナムでは、税関手続きに関する規制も設けられています。

クラウチャー氏は、「ペットフードの国際市場に参入するには、トレンド、規制、市況を総合的に把握しておく必要があります。市場参入を成功させるには、綿密な計画、市場調査、品質管理、市場ごとの需要に合わせるための柔軟なアプローチがしばしば必要になります」と述べています。

ベトナムは顕著な参入機会で見目されていますが、選択肢は世界中にあり、特に有望な市場が東南アジアです。ただしメーカーは、自社の専門性に最も合う市場を選ぶために、各市場の需要を把握する必要があります。



地政学的混乱が原料のグローバルなサプライチェーンに影響



紅海での民兵組織による攻撃、パナマ運河の干ばつ、地政学的緊張の継続が重なり、米国の輸入品と輸出品の両方で問題が生じることが予想されています。コンテナ船の迂回で遅延が生じ、燃料の追加費用がかかるため、生の原料だけでなく完成品においても価格に大きな影響もたらされる可能性があります。また、戦争によって特定の農産物の生産量が減少しています。

2023年11月に、フーシ派の民兵組織が紅海で商船を攻撃し始めたため、一部の船舶は時間も費用もさらにかかる航路を選ばざるを得ませんでした。代替航路では、喜望峰周辺のアフリカ大陸南端を迂回する必要があるため、輸送期間が2週間長くなります。

とりわけ、原料の入手可能性に対する影響は、コロナ禍の下で発生した状況とは異なるものになるでしょう。当時の問題はコンテナ船の不足が原因でしたが、バンク・オブ・アメリカ (Bank of America) の調査によると、現在は標準的な数のコンテナ船が航行しています。混乱を招く原因となり得るのは、船舶が代替航路を利用することによって生じる追加の輸送期間です。

ニューヨーク・タイムズ (The New York Times) によると、5月まで続く見通しであるエルニーニョ現象によって悪化している深刻な干ばつで、乾季を前にしてパナマ運河の水位が過去最低を記録しました。このため、パナマ運河を通過できるのは、通常より少ない軽量船舶に限られています。



これに伴い、パナマ運河行は、1日の通航枠を2023年と比較して40%近く削減しました。各船舶は他の航路を探していますが、荷下ろしのための時間も費用も増加することになるため、一部の企業では、可能な場合は影響を相殺するために輸送手段を船舶から鉄道に変更しています。

ロシアによるウクライナ侵攻の継続は、サプライチェーンに大きな影響を及ぼしてはいるものの、ヒマワリ由来の原料への影響が増えています。ウクライナは、2021～2022年にはヒマワリの種で世界最大の生産量を誇っていました。

またウクライナは、トウモロコシ、大豆、小麦、大麦の主要な供給国でもあり、国土の70%が農地となっています。そのため、こうした飼料の供給減少により畜産物などの原料が影響を受けることなどから、サプライチェーンにまで影響を及ぼす恐れがあります。

ウクライナでの戦争が続く中、船舶輸送の混乱はまだ比較的初期の段階にあり、グローバルなサプライチェーンが受ける本格的な影響は今のところ不明です。航行が長引き費用が増すことで価格上昇が見込まれるため、加工業者は、これらの問題が自社の輸出機会に及ぼす影響を見越して計画を立てるためにも、今後の動向を注視する必要があります。

Featured U.S. Midwest & Northeast State Profiles

Iowa

3.2 mil POPULATION | 86,104 FARMS | 30.6 mil ACRES | Ranked #2 AMONG 50 U.S. STATES IN AG EXPORTS

Pork | Corn | Soybeans

Delaware

1 mil POPULATION | 2,302 FARMS | 525,324 ACRES | Ranked #40 AMONG 50 U.S. STATES IN AG EXPORTS

Broiler Meat | Soybeans | Other Plant Products

New York

19.7 mil POPULATION | 33,438 FARMS | 6.9 mil ACRES | Ranked #28 AMONG 50 U.S. STATES IN AG EXPORTS

Dairy | Other Plant Products | Corn

Oklahoma

4 mil POPULATION | 78,531 FARMS | 34.2 mil ACRES | Ranked #25 AMONG 50 U.S. STATES IN AG EXPORTS

Beef and Veal | Wheat | Pork



1820ザ・ファミリー・レストラン (1820 The Family Restaurant LLC)

ミズーリ州キーテスビル

「1820ソース (1820 Sauce)」は、革新的なクッキングソースで、あらゆる料理の風味を高めます。この当社独自のソースは、どのような料理にも合うため、キッチンに欠かせない調味料になります。

- 甘くてスパイシー：甘さとスパイスの絶妙なバランスで、あらゆる料理のおいしさを引き立てます。
- 万能：マリネ、サラダのドレッシング、ディップソースはもちろん、炒め物、スープ、煮込み料理にも、味わいを深めるために使用できます。
- グルテン/グルタミン酸ナトリウム不使用

「1820ソース」は、ありふれたクッキングソースではありません。高品質の原料のみを使用した独自のブレンドで、キッチンの定番になること間違いなしです。ミズーリ州産/家族経営の小規模企業



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マルボロ

エアロコス・インターナショナルは、植物由来のポートベロマッシュルームを使用した「ウエスタン・レンジ (Western Range)」で健康に良いスナックを製造しています。この商品は、ビーガン対応、非遺伝子組換え作物 (非GMO)、グルテンフリー、良質のタンパク源が特長で、3つのフレーバーで展開しています。

さらに、「ウエスタン・レンジ」には、高級ドライフルーツやステーキパイツイャーキーの商品もあります。また、ハラール認証を取得済みのビーフジャーキーも提供しています。「ウエスタン・レンジ」の商品はすべて、米国で栽培、加工、包装されており、常温保存が可能で、保存可能期間は15~18か月です。

詳細は、info@aerocos.com までメールでお問い合わせください。



アングリー・アイリッシュマン (Angry Irishman LLC)

オハイオ州ボーリンググリーン

アングリー・アイリッシュマンは、オハイオ州北西部で女性が経営する手作りホットソースの会社です。商品開発においては他社と異なるアプローチを取り入れており、主力企業の多くが採用している塩味や酸味は手掛けていません。各バッチで最高品質の原料を丁寧に混ぜ合わせ、余分な塩は加えず、有名ブランドのソースに代わる、風味が高く健康に良い商品を生産しています。幅広いフレーバーと辛さを提供していますが、まずは当社の主力商品である「オリジナル・ハラペーニョ/ハバネロ・ホット・ソース (Original Jalapeno/Habanero Hot Sauce)」をご紹介します。ハラペーニョとハバネロにトマトとスパイスをブレンドし、当社の「オリジナル」ソースに適度な風味を効かせておいしく仕上げています。

angryirishman.net



バンクス・ハードウッド (Banks Hardwood)

ミシガン州ホワイトビジョン

自然に近道はありません。それは当社にとっても同じです。当社は30年間にわたり、世界中の目の肥えたバイヤーに、北米で最高級の硬材を提供してきました。従業員とそのコミットメントを大切にしており、厳格な品質管理プログラムと厳しい研修を実施しています。また、大規模な生産能力と最先端の設備を有しています。

こうしたメリットにも増して当社が知っていただきたいのは、お客様が商品調達に時間と労力をかけて何千マイルも費やす最終目的が品質に他ならないのを、当社が理解していることです。近道はありません。言い訳もしません。品質は当社のモットーであるだけでなく、お客様に対する約束でもあります。当社は常に、出荷するすべての商品とすべての取引に責任を負います。

何千マイルもの道のりは、最初の一步を踏み出すことから始まります。信頼に値するバンクス・ハードウッドと共に、ぜひその一步を踏み出しましょう。

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。



ドレンチ (Drench, LLC)

ミシガン州ウェストブルームフィールド

ドレンチは、健康に配慮している女性経営企業です。37州2,500以上の店舗で販売されている当社のドレッシングは、余分なものを一切含まないおいしい商品で、ドレッシングやマリネに変革をもたらしています。その驚きの味わいをぜひお試しください。

当社は、以下の特長で差別化を図っています。

- 常温保存が可能
- 最高級の原料を使用
- オリーブオイルベースで、種子油不使用
- ほとんどのアレルギー不使用
- 人工着色料／防腐剤不使用
- 精糖不使用
- 検証済みの非GMOプロジェクト

当社は、特にカナダの国際パートナーを募集しています。



ギブペット (GivePet)

カンザス州オーバーランドパーク

ギブペットは、犬用および猫用の高級おやつを扱っており、購入された商品と同等数のおやつをペット保護施設に提供しています。1袋売れると、保護施設の犬と猫10匹に十分なおやつを届けられます。当社のおやつは、自然食品を使用しており、塩、砂糖、人工原料を添加していないため、非常に健康に良い商品です。保護施設は、犬や猫のしつけをしたり、なつかせたりするために、毎日おやつを必要としています。しつけのできた人なつこい犬や猫ほど、引き取り手が見つかりやすくなります。おやつなら何でもよいというわけではなく、ペットには、健康に良いおやつが必要です。そして当社は何より、保護施設にいる犬や猫にも、自分が特別な存在であると感じてほしいと願っています。



ザ・グルテン・フリー・ブラザーズ (The Gluten Free Brothers)

ミシガン州グランドラピッズ

私たち兄弟は、グルテン不耐症を患っており、入手できるグルテンフリー食品が好きではないという共通の問題を抱えていました。そこで、自分たちの食品を作ることを決意し、ザ・グルテン・フリー・ブラザーズを創業しました。当社は、ミシガン州グランドラピッズに本社を置くBコープ認証企業で、健康に良い方法で健康に良い食品を生産することを目指しています。高品質でシンプルな原料を使用し、タンパク質が豊富でとてもおいしい食品を開発しています。当社の商品は、ビーガンに対応しているほか、非GMO認証、グルテンフリー認証、コーシャ認証を取得済みです。商品はすべて、持続可能な事業の実現を重視し、地元の労働者によって廃棄物ゼロの自社施設で生産されています。



ホルンダー・チョコレート (Hollander Chocolate Co.)

ウィスコンシン州ポートワシントン

ホルンダー・チョコレートは、チョコレートソースとチョコレートパウダーを幅広く取り扱う、米国で急成長を遂げている会社で、最高級のスペシャルティコーヒー企業や小売企業に支持されているブランドです。当社の成功を支えているのは、厳選した原料でしか優れた味わいが得られないことを知っているシェフやパリスター、バーテンダーたちです。本物はまねできるものではありません。当社は、ショクラティエグレードの最高品質のココア、米国産の砂糖、純粋な原料を使用し、品質に優れたソースとパウダーを生産しています。

また調達の手組みにおいては、レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance) と提携してすべてのココア原料で認証を取得しており、米国で最も優れた生産者から、米国産の砂糖、シーソルト、乳製品を独占的に調達し、モカ、ホットココア、デザート風味とその背景にあるストーリーをうまく組み合わせています。

協力的なチームワークと真正正銘の高品質な商品に対する取り組みの成果として、米国でも海外でも大きな成長を遂げており、ウィスコンシン州ポートワシントンにグローバル本社を新設し、2024年晩春に一般公開する予定です。

商品には、「チョコレート (Chocolate)」、「ホワイト・チョコレート (White Chocolate)」、「キャラメル (Caramel)」、「パンプキン・ソース (Pumpkin Sauces)」、「ホット・ファッジ (Hot Fudge)」、「チョコレート・パウダー (Chocolate Powders)」、「ホット・ココア・パウダー (Hot Cocoa Powder)」、「ホワイト・チョコレート・パウダー (White Chocolate Powder)」、「グルメ・フラッペ (Gourmet Frappe)」のパウダーミックスがあります。

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。



J.R. ケリー・カンパニー (J.R. Kelly Company)

イリノイ州コリンズビル

J.R. ケリー・カンパニーは、ホースラディッシュを扱っている米国の大手企業です。国内だけでなく海外にも供給しており、世界中にホースラディッシュを数多く出荷しています。

当社は、世界中のあらゆるニーズに合うように、さまざまなグレードのホースラディッシュを提供しています。大規模な加工業者や食品メーカー向けにバルクでお求めの場合や、青果市場向けに新鮮なホースラディッシュをお探しの場合も、すべて対応可能です。

当社は、ホースラディッシュ業界のリーダーとして世界で事業を展開するために、常に新しい市場を探し求めています。J.R. ケリー・カンパニーは、大規模な栽培者ネットワークとPrimusGFS認証によって、ホースラディッシュ市場で最も信頼できるサプライヤーとして知られています。 jrkelly.com



ロラン・オイルズ (LorAnn Oils, Inc.)

ミシガン州ランシング

1962年に創業したロラン・オイルズは、家庭向けだけでなく製菓・製パンのプロ向けにも、高品質の香料、エッセンシャルオイル、製菓器具を提供している有名企業です。

ロラン・オイルズは、超高濃度の濃縮香料、食用着色料、特殊原料、乳化剤、高級バニラエッセンスなど、幅広い商品を取り扱っています。それらの商品は、効果と風味を最大限に発揮できるよう丹念に作られており、あらゆる料理に適しています。

ロラン・オイルズの目玉商品の一つは、超高濃度の香料シリーズで、従来のエッセンスと比較して最大4倍の濃厚さを特長としており、数滴で大きな違いをもたらします。当社の商品は、製菓・製パンでも飲み物作りでも、あらゆるレシピを向上させる圧倒的な深い風味を実現します。

ロラン・オイルズは、これまで受け継いできたイノベーションと品質によってレストランや家庭のキッチンで創造性が無限に発揮されるよう、香料と調理用エキスの信頼できるサプライヤーであり続けます。

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。



マルガリータ・マン (Margarita Man)

オクラホマ州スティルウォーター

マルガリータ・マンは、1984年からおいしいマルガリータとダイキリの濃縮物で業界をリードしてきたメーカーです。特別に取りそろえた30種以上のフレーバーは、純粋なサトウキビを使用して作られています。当社のベストセラー商品の多くは、天然原料、オーガニックフレーバー、本物のフルーツを使用しています。どのミックス商品も、ジュースやブレンダーで使用でき、オンザロックで楽しむこともできます。

マルガリータ・マンの商品は、高級志向のリゾート、カジノ、ブルバー、ダイキリショップ、レストランで楽しめます。当社は、幅広いポートフォリオであらゆるニーズにお応えできます。



マーティンズ・フェイマス・ポテト・ロールズ・アンド・ブレッド (Martin's Famous Potato Rolls and Bread)

ペンシルベニア州チェンバースバーグ

ペンシルベニア州チェンバースバーグに本社を置くマーティンズ・フェイマス・ペストリー・ショップ (Martin's Famous Pastry Shoppe, Inc.) は、1955年からおいしいポテトロールとポテトブレッドを生産しています。マーティン家は、長年かけて生み出したレシピを用いて、米国だけでなく世界中の多くの人から愛されている、格別の味わいのパンを提供し続けています。豊富なタンパク質、無漂白の小麦粉、牛乳、ポテト、バター、純粋なサトウキビなど、最高品質の原料を使用して最高の商品を作ることに重点を置いています。そうした高品質の原料が、柔らかい食感とバターの甘みを生み出し、塩味や甘味のきいたサンドイッチだけでなく食事のおいしさも引き立てます。

foodservice.potatorolls.com



ノシ (NOSHI)

ニューヨーク州ニューヨーク

ノシは、子どもたちのために楽しくインタラクティブなオーガニック食品を作るために、2015年に創業しました。どの調査でも、子どもたちに食事を準備する責任を持たせるほど、子どもたちの食事が量が増えるという結果が示されています。子どもたちは、原料にも準備の手間にもより関心を示し、自分たちが関わることに誇りを持つようになります。子どもたちが食事中に感情を抑えられなくなる理由の大半は、自分の好きなようにできないことにあります。

誰もが知っているとおおり、子どもたちは調味料が大好きです（主な理由として、調味料は自分の好きなようにできるため）。そこで当社は、おなじみのチックフィレのソースに着想を得たオーガニック商品として、「オーガニック・ケチャップ (organic Ketchup)」、「オーガニック・ランチ (organic Ranch)」、「オーガニック・チキン・アンド・ディップ (organic Chick N Dip)」を発売しました！

当社の商品は4年前から米国全土のウォルマート店舗で販売されていますが、このたび輸出も開始しました。



スモークン・マジック (Smoke'n Magic)

ミズーリ州グレインバレー

私たちのバーベキューコンテストではいつも煙と魔法が漂っていました。最初のデートはバーベキューコンテストで、互いに恋に落ち、バーベキューコンテストの会場も好きになりました。当社のミッションは、バーベキューの煙と魔法をあらゆる人にとって身近なものにすることです。スモークン・マジックのソースとラブは、家庭で作られ、コンテストに出品された商品です。さあ、魔法を始めましょう！

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

SOFI賞を獲得している「ミール・マントラ (Meal Mantra)」は、天然原料のみを使用したディップ、チャツネ、カレーソースのシリーズで、タンドリー料理の考案者から家族に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。当社のミッションは、複雑な料理に飽きた方が世界の風味を味わえるようなおいしい料理を簡単に作れる、クリーンラベルの100%天然ソースを提供することです。ゴードン・ラムゼイは、100年の歴史を誇る当社のレシピについて、「デリーでの最も忘れられない食事は、ダリヤガンジにある伝説のレストラン、モティ・マハールでの食事です。タンドリーチキンやバターチキン（今までで一番のお気に入りの一つ）などの昔ながらの料理は、60年以上も前に考案されたものです」と述べています（『Gordon Ramsay's Great Escape: 100 Classic Indian Recipes』、ハーバーコリンズ）。

世界中で評価されている独自の本格的なレシピを用いた「ミール・マントラ」をぜひお楽しみください！



ワイルドライフ・サイエンス (Wildlife Sciences)

ミネソタ州ミネトンカ

プライベートブランドを提供する大手企業であるワイルドライフ・サイエンスは、スエット（牛脂）ケーキとスエットボールを専門に取り扱う野鳥飼料メーカーです。当社の革新的な製造方法と独創的なパッケージを利用すれば、小売業者や流通業者は独自の質の高いパッケージで販売促進が可能になります。

米国とカナダで20種以上のプライベートブランドを手掛けている当社の実績を生かし、有効なプライベートブランド戦略を容易に展開できます。「スエット・ケーキ (Suet Cakes)」、「スエット・ボールズ (Suet Balls)」、「スエット・プラグス (Suet Plugs)」、「寒天の「シード・バース (Seed Bars)」など、幅広いフレーバーとパッケージの選択肢を取りそろえています。当社独自の一体型包装パッケージは、全面に目立つグラフィックを使用しており、販売優位性をもたらします。チョコレートバーのようなパッケージに入ったスエットケーキの開けやすさと手が汚れないという長所は、消費者から好評です。小売業者からは、独創的な陳列が可能になることや消費者のリピート購入を高く評価されています。

wildlifesciences.net



Brendan Wilson
Chief Executive Officer/Executive Director

Michelle Rogowski
Chief Operating Officer/Deputy Director

Laura England
Chief Communications Officer/
Deputy Director

Teresa Miller
Chief Program & Partnership Officer

Gina Donio
Marketing & Communications Manager

ニュース短信

2023年はインフレでシーフードの買い物客が特売品を求め、2024年もその傾向が継続する見込み
シーフード・ソース (Seafood Source) によると、210アナリティクス (210 Analytics) の分析で、サーカナ (Circana) のデータから、シーフードの買い物客の55%が2023年よりも特売品を買い求める頻度が高かったことが分かりました。

小売業者によるとオーガニック商品の出だしが絶好調
多くの小売業者と食料品店で1月にオーガニック商品の売上が急増し、この傾向は2024年も続くことが予想されます。バックナー (The Packer) によると、消費者はこれまで以上に健康に良い食事の機会に対する意識を高めており、多くの消費者が地元で調達した生産物と地元の生産者を支援したいと考えています。

牛肉や豚肉など多くの食料品の価格が上昇し続ける中、オーガニック商品には影響なし
さらに、フード・インスティテュート (Food Institute) によると、昨年のオーガニック食品の売上高は600億ドルを超えました。

ケリー (Kerry) が発表した米国および世界のテイストトレンドに関するランキング「2024 Kerry Taste Charts」では、フィリピン料理とアメリカ料理の融合など、独創性を増したフュージョン料理に注目
もう一つの注目すべき調査結果として、オレンジなどのなじみのあるフレーバーに変種やフローラルの風味を効かせた商品が新たに登場しています。

テスコ (Tesco) のCEOケン・マーフィー (Ken Murphy) 氏によると、紅海危機でインフレが再燃する可能性あり
ブルームバーグ (Bloomberg) によると、先の見えない世界情勢と暴力事件の増加が重なり、サプライヤーは数百万ドルを費やして船舶を迂回させ数週間を無駄にしており、今後の在庫品の入荷に影響が及ぶ可能性があります。

科学者たちが世界のバナナ供給の維持に尽力
ブルームバーグによると、真菌がキャベンディッシュ種のバナナを絶滅に追い込む恐れがあり、遺伝子組換えが唯一の希望であるかもしれません。

多くの消費者が1食当たり30gのタンパク質摂取を目標とする「30 G」に注目
ウィメンズ・ヘルス (Women's Health) によると、一部のヘルスエキスパートは、食欲を減退させ、活力を支えるために最適な摂取量として、1食当たり30gのタンパク質の摂取を推奨しています。

ミンテル (Mintel) の調査によると、米国人の3分の1が活力増進のためにチョコレートを購入
一方、英国ではチョコレートの消費が引き続き堅調で、ミンテルは英国のチョコレート市場の売上高は間もなく70億ポンドに達するものと予測しています。

飲食に関する2024年の予測では、間食の増加 (食事の減少)、エンハンスドウォーター、高品質の水分補給商品、コンプレックスヒート、各種のスープに注目
ニューヨーク・タイムズによると、消費者の食生活習慣と嗜好が変化し続ける中、多くの新たなトレンドが、消費財、外食産業、消費者への直販など、あらゆるものに変革をもたらしています。

フード・インスティテュートによると、オーストラリア産野生ライムギ、キビ、ソバ、古代トウモロコシなどの古代穀物の需要が増加中



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

Food Export USA-Northeast (Food Export-Northeast)
One Penn Center, 1617 JFK Blvd., Suite 420
Philadelphia, PA 19103 USA
215.829.9111

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

 [foodexports4941](https://www.youtube.com/channel/UC...)

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.