

U.S. FOODLINK

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

Vol. 21 No. 3



代替タンパク質と植物由来代替品における4つのイノベーション

米国の多くの消費者が今、タンパク質の摂取量を増やそうと積極的に取り組んでいます。この変化は、食品・飲料業界のメーカーと輸出業者の双方に、標準タイプと植物由来代替品の高タンパク質商品におけるイノベーションの機会を豊富にもたらしめています。

消費者が注目すべきパターンと嗜好に関する、最新のトレンド、イノベーション、変化は以下のとおりです。

1 代替肉の味わいと食感の向上

従来の動物性商品に代わる持続可能で高品質の商品に対する消費者需要の高まりに後押しされ、代替タンパク質の分野は近年、急速に進化を遂げてきました。一方で、消費者が従来の肉に期待している食感、構造、噛み応えを再現することが、植物由来肉の開発において対処すべき最も重要な課題となっています。

そうした目標を達成するために、メーカーはこれまで、メチルセルロース、ハイドロコロイド、でんぷんなどの機能性添加物を活用してきましたが、ノボネシス(Novonesis)の食品技術専門家兼主任研究員のアナトリー・ウトキン(Anatolii Utkin)氏によると、それらの成分は温度依存性挙動を示すことが多く、食感に対する期待に一貫性をもって応えられない商品を生み出す可能性があります。

ウトキン氏によると、最近では植物由来肉の分野で、非動物性タンパク質の形成につきものである食感という課題の克服に重点が置かれているとのこと。同氏は次のように述べています。「メチルセルロースは、加熱するとゲル化し、冷却するとゲルが溶ける性質がありますが、ハイドロコロイドは低温でゲル化し、加熱すると機能性を失います。

(2ページ目に続く)



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org

代替タンパク質と植物由来代替品における4つのイノベーション

続き

ノボネシスの画期的なイノベーションでは、新しい酵素であるトランスグルタミナーゼを活用しており、植物性タンパク質のアミノ酸を架橋して、さまざまな温度で肉のような安定した食感を生み出すことができます。

2 代替タンパク質の生産におけるさまざまな技術の組み合わせ

クリーンテック・グループ (Cleantech Group) の農業・食品研究事業担当リーダーであるジャック・エリス (Jack Ellis) 氏によると、代替タンパク質分野で注目すべきもう一つの重要なトレンドは、代替タンパク質の生産で、押し出し成形、3Dプリンティング、精密発酵、バイオマス発酵などのさまざまな技術が統合されていることです。

エリス氏は次のように述べています。「これまで植物由来、発酵由来、細胞培養(法)は、動物性タンパク質不使用という共通の最終目標を達成するための、異なる3つの技術的手段と見なされてきました。しかし、それらの技術が互いに補完し合うようになってきており、そうした技術の一部またはすべてが一つの商品で使用される可能性があります。」

その一例が、インポッシブル・フーズ (Impossible Foods) による植物由来の代替牛肉です。植物由来の代替牛肉は主に大豆タンパク質を使用していますが、食肉処理による牛肉の血を再現したレグヘモグロビンも含んでおり、これは精密発酵によって生産されています。

もう一つの例が、イト・ジャスト (Eat Just) が開発した培養鶏肉商品「グッド・ミート (GOOD Meat)」です。初期の商品は約70%の培養鶏細胞で構成されていましたが、エリス氏によると、増殖培地、バイオリクター、規制当局の認可などに伴う費用が原因で、商業規模での製造に膨大なコストがかかっていたとのことでした。

エリス氏は次のように述べています。「そうしたコストを大幅に削減して従来の肉と同等の価格にするために、最新商品における培養鶏細胞は約3%になり、残りの97%は植物性タンパク質と油で構成されています。では、これは培養肉商品ということになるのでしょうか？ それとも植物由来肉商品なのでしょうか？ 実はその両方です。」

エリス氏によると、これは従来の加工肉では標準的な生産方法で、結着剤や増量剤などの植物由来原料の使用は比較적으로よくあることです。



3 動物由来ではない新しい完全タンパク質

米国では最近、植物由来の完全タンパク質が増加しています。完全タンパク質とは、人間の最適な健康に必要な9種類の必須アミノ酸をすべて含んでいるタンパク質を指しており、野菜中心の食事を実践している人にとって重要なものです。植物性タンパク質の大半は完全タンパク質には当てはまらないため、9種類すべての必須アミノ酸を含む組み合わせを実現するには、別の植物性タンパク質を追加する必要があります。

最近注目されている植物由来の完全タンパク質の一つがウキクサで、48時間ごとに質量が倍増するアオウキクサとしても知られている水生植物です。垂直統合型の水産養殖システムを活用してウキクサを栽培しているスタートアップ企業のプランティブル・フーズ (Plantible Foods) は、テキサス州にある140エーカーの農場で生産を拡大するために、シリーズBの投資ラウンドで先ごろ3,000万ドルを調達しました。同社は、ウキクサから抽出される天然酵素であるルビスコを最初に発見した企業であり、植物由来の代替卵「ルビ・ウィスク (Rubi Whisk)」などの商品を開発しています。ウキクサは、機能性食品向けのプロテインパウダーや代替卵の他に、魚の味わいや食感を再現するために植物由来の代替シーフードにも取り入れられており、さまざまな企業がウキクサを発酵させて消化性や風味の改善に活用しています。

動物性商品に由来しない革新的な完全タンパク質のもう一つの例が、北欧の自然から発見された新しいタンパク質であるソレインです。ソレインは、二酸化炭素と水素で成長する単細胞生物で構成されており、再生可能エネルギーと、空気中の物質と、植物が根を介して土壌から得るのと同じ少量のミネラルで生産できます。

フィンランドのフードテック企業であるソーラー・フーズ (Solar Foods) は昨年9月、ソレインを米国市場に導入するにあたって米国食品医薬品局 (FDA) の認可を取得しました。ソレインは、ソーラー・フーズと藻類のスタートアップ企業であるケルプイート (KelpEat) の協業によって、すでに消費財分野に導入されています。ケルプイートは、35%以上のタンパク質含有量を特長とするクラッカーにソレインを配合しています。

4 野菜中心の食事の代替となる新しい形

これまで多くの代替乳製品メーカーが、植物由来の代替乳製品に大豆、アーモンド、ココナツなどの原料を利用していました。それらは代替乳製品分野で依然として一般的な原料ですが、近年では他の代替品も利用されるようになっていきます。

ARK34 (ARK34 Ltd.) の「テイター・チーズ・ナゲット (Tater Cheez Nuggel)」は、アヴィコ・リクソナ (Aviko Rixona) による市場初のジャガイモ由来の代替チーズと言われている商品を使用しており、2025年のガルフードで「Best Frozen Product」に選ばれました。また、ボクサーから投資家に転向したマイク・タイソンは最近、「ビーガン・マクドナルド」として知られるファストフードチェーン、ミスター・チャーリーズ (Mr. Charlie's) で、ジャガイモアイスクリームをトッピングしたデザートを発表しました。

ジャガイモだけでなくレンズ豆も、ビオライフ (Violife) の新商品「シュプリーム・コーヒー・クリーマー (Supreme Coffee Creamer)」や、カントリークロック (Country Crock) のヘビーホイップクリームの代替品などの代替乳製品に使用されるようになっていきます。またスイカの種は、フォルサ・フーズ (Força Foods) の「ミルキッシュ (MILKish)」で世界で初めて牛乳の原料に使用されています。

事例紹介: BioLife がレンズ豆で植物由来乳製品の課題を解決

乳製品不使用のチーズメーカーである BioLife は最近、レンズ豆を使用したコーヒークリーマー「シュプリーム・コーヒー・クリーマー」を発売しました。フローラ・フード・グループ (Flora Food Group) のコマール・ブランド担当リーダーであるメリエム・レユッシ (Meryem Leyoussi) 氏によると、レンズ豆を使用した製法は、植物性クリーマーに対して消費者から寄せられる最大の問題点である「コーヒーとの分離」を解決することを目的とした、広範に及ぶ研究開発から生まれました。

レユッシ氏は次のように述べています。「消費者が強く望んでいたコクのある滑らかな舌触りを実現するために、レンズ豆タンパク質の自然な特性を生かした独自の加工法を開発し、課題を解決できました。」

味わい、舌触り、パフォーマンス

BioLife は、無味であることを理由としてレンズ豆をコーヒークリーマーに採用し、「テンプティング・バニラ (Tempting Vanilla)」、「セダクティブ・キャラメル (Seductive Caramel)」、「ボールドリー・オリジナル (Boldly Original)」の3種類のフレーバーを際立たせることができました。レンズ豆を選んだ理由としては、卓越した乳化性も挙げられます。コーヒークリーマーを注いでいる途中で分離したり凝固したりすることなく、コク、クリーミーさ、完璧な滑らかさを保つことができるのは、この乳化性によるものです。

レユッシ氏によると、このレンズ豆由来の製法は、ホットコーヒーでもアイスコーヒーでも優れた熱安定性と一貫性を発揮するため、乳製品不使用のクリーマーに特有のもう一つの課題も解決されました。

レンズ豆由来の製法のもう一つのメリットは、乳製品だけでなく、ナッツや大豆といった主要な食物アレルギーも含まないことであり、特定の食事制限を必要とする消費者も商品を購入できます。

レユッシ氏によると、このコーヒークリーマーに対する消費者の反応は、当初からかなり良かったとのこと。特に、味わい、混ざりやすさ、コクのある舌触りが高く評価されており、リピート購入率も高く、同氏は「究極のお墨付き商品」であると考えています。

戦略的パートナーシップと販売促進

BioLife は評判を広めるために、リアリティ番組のスター、ソーシャ

ルメディアのインフルエンサー、オンラインコンテンツクリエイターを起用した「クリーミー・コンフェッションズ (Creamy Confessions)」というマーケティングキャンペーンを米国で展開しました。

レユッシ氏は次のように述べています。「私たちは、BioLife の取り組みを示しながらも、消費者が商品を購入し換える時に感じがちなために焦点を当てた、遊び心があり共感できるキャンペーンを制作したいと考えていました。新商品『シュプリーム・コーヒー・クリーマー』なら、何の犠牲も払わずに濃厚かつ滑らかでクリーミーなコーヒーを毎朝楽しめます。」

BioLife は、ストーリーの切り口を定めると、それを忠実に表現できるパーソナリティを探しました。

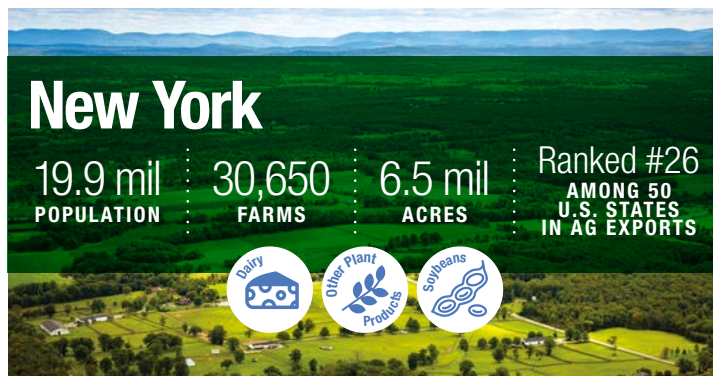
レユッシ氏は次のように述べています。「乳製品を摂取しないクリシェル・スタウス (Chrishell Stause) は、率直さと信ぴょう性を重視するファンの共感を得ています。また、ボゾマ・セント・ジョン (Bozoma Saint John) は、自信を持った意思決定と大胆な生き方を象徴する存在です。サーシャ・ファーパー (Sasha Farber) は陽気な印象があり、最近取り上げられた交際のニュースは当社の『コミットメント』というテーマとも一致しています。」

BioLife はさらに、ノア・スターン (Noah Stern) のようなコーヒーに特化したコンテンツクリエイターや、ビーガニズムに関心を持つオーディエンスに訴求するアマンダ・チェルニー (Amanda Cerny) やアリッサ・ローレン (Alyssa Lauren) などの幅広いライフスタイルクリエイターともタッグを組みました。

このキャンペーンでは、商品サンプルを使用した対面アクティベーションを行ったほか、デジタル広告キャンペーンで取り上げられることを目的として参加者に自身の「クリーミーな告白 (creamy confessions)」を書いてもらう「告白ブース」を設けるなど、インタラクティブなアクティベーションも実施しました。

レユッシ氏は次のように述べています。「消費者のコメントに興味深い変化が見られており、フィードバックの中で分離しないメリットに具体的に言及している消費者が増えています。これは、当社のキャンペーンメッセージが消費者に響いていることを示しており、消費者がこの商品のどこが好きかを明確にしています。」

..... 米国中西部・北東部の特徴





ボリーグッド (Bollygood)

インディアナ州インディアナポリス

「ボリーグッド」は、初のインド風の炭酸レモネードと炭酸ライムエードで、インドで愛飲されている伝統的なニンブ Pani（インドのレモネード）に現代的な手法を採用した、さわやかな味わいが特長です。創業者であるマキシンの祖母から受け継がれているレシピでは、砂糖を40g使用していました。マキシンはカナダで育ちましたが、両親は1960年代にインドから移住してきたため、幼少時代にはインドで夏を過ごすことが多くありました。東洋と西洋の環境の下で育ってきたマキシンは、1缶当たりわずか50カロリー、添加糖類7gという健康的な炭酸飲料を生み出しました。この商品は、非GMO（非遺伝子組換え）プロジェクト検証を受けています。

文化に関心を持っている消費者にも健康意識の高い消費者にも支持されている「ボリーグッド」は、「レモン・ジンジャー・ミント (Lemon Ginger Mint)」、「ライム・バジル・クミン (Lime Basil Cumin)」、「レモン・ボメグラネイト・カルダモン (Lemon Pomegranate Cardamom)」、「レモン・マンゴー・ターメリック (Lemon Mango Turmeric)」の4つの特徴的なフレーバーで展開しています。女性経営のマイノリティ企業として認定されているボリーグッドは、飲料を通じて喜びを広め、文化を称賛することに取り組んでいます。「ボリーグッド」は主要な食料品チェーン店で販売されており、インドの活気に満ちた雰囲気を反映した甘い炭酸体験をお届けしています。



ゼロカーブ (ZeroCarb Inc.)

インディアナ州フィッシャーズ

低炭水化物の食事における新たな基準である「ゼロカーブ・ライフ (ZeroCarb LYFE)」は、健康的な食生活を再定義しています。ゼロカーブは、インディアナ州フィッシャーズに本社を置き、健康意識の高い今日の消費者のニーズを満たすために作られた、タンパク質が豊富で炭水化物を含まない食品を専門に手掛けています。革新的な食品技術を用いながら、鶏肉を使用したピザクラストや「ライフ・チップス (LYFE Chips)」を開発し、味わいや食感に妥協することなく、満足度の高い代替品を提供しています。

低炭水化物、ケトフレンドリー、高タンパク質の食事を実践している人のために考案された当社の商品は、より良い食品を手軽に楽しく選ぶ方法を提供しています。「ゼロカーブ・ライフ」は、小売り、フードサービス、直販のいずれかを問わず、一口ごとに得られる満足感と栄養を求める人々に信頼される商品として成長を続けています。

品質、シンプルさ、イノベーションを重視し、健康的でおいしい商品を手でできるライフスタイルを消費者が取り入れられるようサポートしています。詳細は、zerocarbyfe.com をご覧ください。



チキン・スープ・フォー・ザ・ペット・ラバーズ・ソウル (Chicken Soup for the Pet Lover's Soul, LLC)

コネチカット州コスコブ

優れたインスピレーションは、さまざまな場面で訪れるものです。幅広く支持されているこのブランドにとって、それはチキン・スープ・フォー・ザ・ペット・ラバーズ・ソウルの書籍に掲載された何千ものストーリーを読むことでした。無償の愛にまつわる実話からインスピレーションを得て、上質な天然のキャットフード、ドッグフード、おやつを20年以上作ってきました。

「チキン・スープ・フォー・ザ・ソウル・グレイン・フリー (Chicken Soup for the Soul Grain Free)」のレシピは、主要原料として本物の肉を使用しています。副産物の食材、人工着色料、保存料は一切使用していません。また、トウモロコシ、小麦、大豆も使用していません。各レシピは、胃が弱いペットのために考案されています。プロバイオティクス繊維は、腸の健康をサポートします。タウリンは、心臓の健康と目の疲労回復をサポートします。オメガ3脂肪酸とオメガ6脂肪酸は、健康な皮膚と毛並みの維持に役立ちます。抗酸化物質は、免疫の健康をサポートします。おいしさについては言うまでもありません！すべての年齢のペットにご使用いただけます。



デルズ・レモネード&リフレッシュメンツ (Del's Lemonade & Refreshments Inc.)

ロードアイランド州クランストン

デルズ・レモネード&リフレッシュメンツは、イタリアにルーツを持つ2代目の家族経営企業で、その歴史は1840年代のナポリまでさかのぼります。1948年にロードアイランド州クランストンで創業した「デルズ (Del's)」は、75年間でロードアイランド州においてよく知られているブランドに発展しました。ロードアイランド州をはじめとして米国の各州でソフトフローズン飲料のフランチャイズを展開しており、夏の代名詞となっています。季節的な商品ではありますが、いつでもどこでも飲んでもいただけるように、通年で購入できる商品ラインも用意しています。ボトル入りジュース、缶入り炭酸飲料、氷、ブレンダーがあれば当社の定番ソフトフローズンレモネードを作る家庭用ミックスを提供しており、一年中いつでも「デルズ」を楽しめます。

現在、家庭用ミックスの輸出を推進しており、1杯分の2オンスパックと、1ポンドパックを提供しています。2オンスパックを8個まとめたマルチパックもあります。「レモネード (Lemonade)」、「ウォーターメロン (Watermelon)」、「ブルーベリー (Blueberry)」、「ピーチ・マンゴー (Peach Mango)」、「タンジェリン・オレンジ (Tangerine-Orange)」、「フローズン・ダーク・ホットチョコレート (Frozen Dark Hot Chocolate)」のフレーバーはすべて2オンスで提供しています。また、マルチパックは「レモン」、「ウォーターメロン」、「ブルーベリー」、「ピーチ・マンゴー」のラインアップで、これら4種類のバラエティーパックも提供しています。



ファット・ボーイ・ナチュラルBBQ (Fat Boy Natural BBQ)

ネブラスカ州リンカーン

「ファット・ボーイ・ヒックマンズBBQ (Fat Boy Hickman's BBQ)」は、食事とバーベキュー体験を充実させるために作られた商品ラインです。2002年にバーベキューのコンテストで生まれ、当社の創業につながった「ファット・ボーイBBQ (Fat Boy BBQ)」は、コンテストで使用するラブを販売するために商品化されました。天然の原料のみを使用した当社のバーベキュー商品は、コンテストで培ったスキルと他のバーベキューエキスパートから得た知識を生かして開発されています。

米国の多くの地域を回った後、肉を焼いたり燻製にしたりする時にラブを使うと、肉がジューシーでやわらかくなることを学びました。そこで、市場で入手できるさまざまなラブを使用し、当社の事業に適したラブを開発しました。当社のグリル肉や燻製肉を知る人が増えるにつれ、ラブを購入したいという声も多くなり、商品として販売するために創業しました。

ラブ商品は現在では7種類に増え、国内での受賞実績を誇る商品も複数あります。それぞれの商品が、味、辛さ、食感で独特の特徴を備えています。当社のラブを肉の表面にすりこむと、うま味とジューシーさを閉じ込められます。

当社はラブの人気を受けて、新たなコンセプトのバーベキューソースを発売しました。すでに出回っているソースとは異なるカンザスシティ風、南部風、南西部風の6種のソースには調味料が豊富に使用されており、味覚を満足させる充実した風味があります。



ハドソン・エクスポートズ (Hudson Exports Inc.)

ニュージャージー州エジソン

ハドソン・エクスポートズは、ニュージャージー州に本社を置く米国産食料品の混載業者兼国際流通業者です。当社は、世界18カ国以上の小売業者と連携し、当社のパートナーが米国製の日用品 (FMCG) の要件を満たせるようサポートしています。

取扱商品：ケロッグ (Kellogg's)、スターバックス (Starbucks)、オーシャン・スプレー (Ocean Spray)、レイズ・スタックス (Lays Stax)、アリゾナ (Arizona)、カーマライズ (Karmalize)、ムンク・パック (Munk Pack)、ランドバーグ (Lundberg)、ウォルデン・ファームズ (Walden Farms)、ハーズ (Herr's)、ブラッズ (Brad's)

こ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。



リトル・ローディー・フーズ (Little Rhody Foods, Inc.)

ロードアイランド州フォスター

リトル・ローディー・フーズでロードアイランド州の商品をお楽しみください！ロードアイランド州フォスターに本社を置くリトル・ローディー・フーズは、高級商品「リトル・ローディー・ナチュラル・エッグス (Little Rhody Natural Eggs)」などのバラエティー豊かな卵をはじめとした、上質でおいしい地元食品を扱っていることで知られる食品流通業者です。

リトル・ローディー・フーズは、地元の上質な食品の調達業者として、ローカル店舗での提供にふさわしい食品や飲料を選ぶ際に高水準の品質を保っています。リトル・ローディー・フーズ・ファミリーで人気のロードアイランド州ブランドの一つが「デルズ (Del's®)」の「レモネード (Lemonade)」です。「デルズ」の飲料新商品「スパークリング・デルズ (Sparkling Del's®)」は、「レモネード (Lemonade)」と「タンジェリン・オレンジ (Tangerine Orange)」のフレーバーで展開しています。このさわやかな飲料は、ニューイングランド南部の各店舗でお求めいただけます。

リトル・ローディー・フーズとその他の上質な商品に関する詳細は、www.ShopRhody.comをご覧ください。+1-800-746-3934までお電話でお問い合わせください。

リトル・ローディー・フーズ オーナー兼CEO
エリ・バーコウィッツ (Eli Berkowitz)



フライ・クリスパ・フード・プロダクツ (Fry Krisp Food Products Inc.)

ミシガン州ジャクソン

高品質の米国産食品の提供で75年の実績を誇る「フライ・クリスパ (Fry Krisp)」から、ボトル入り調味料の新商品を発売します。フードサービスと小売店のために考案され、丹念に作り上げたこれらの調味料は、どのキッチンにも大胆な風味をもたらします。「レモン・ペッパー・シーズニング (Lemon Pepper Seasoning)」、「シーズンド・ソルト (Seasoned Salt)」、「スモークトBBQラブ (Smoked BBQ Rub)」、「ライム・ペッパー・シーズニング (Lime Pepper Seasoning)」、「ウィング・シーズニング (Wing Seasoning)」、「ビネガー・ソルト (Vinegar Salt)」のラインアップで、肉、揚げ物、スナックなどの風味を高めます。

天然の原料を使用したこれらの調味料は、レストラン、スーパーマーケット、家庭料理向けに柔軟に提供できるように、信頼の「フライ・クリスパ」ブランドとプライベートブランドで販売しています。メニューに特色を加えたい、上質な味わいを店頭で提供したいといったさまざまな要望に合わせて、「フライ・クリスパ」の調味料でおいしさと汎用性を実現できます。詳細は、FryKrisp.netまでお問い合わせください。



ハーブスミス (Herbsmith Inc.)

ウィスコンシン州ハートランド

「ザ・シンプル・フード・プロジェクト (The Simple Food Project)」：長年にわたる獣医学臨床で、よく食べる動物は治癒も順調であることが明らかになりました。本物の食事が健康の基盤となることを学んだクリス・ベッセント医師は、どのペットも自然食品から栄養を摂取できるように「ザ・シンプル・フード・プロジェクト」を立ち上げました。限られた原料でバランスの良い生食を作ってフリーズドライにし、それらの新鮮なローフードがもたらすあらゆるメリットを手間をかけずに閉じ込めました。妥協することもお金をかけることもなく、50ポンドの犬に対し1食当たり2.56ドルで本物の栄養が得られます。面倒がらずにペットに十分な食事を与えましょう。この商品なら簡単に実現できます。詳細は、<https://simplefoodproject.com/> をご覧ください。

ハーブスミス：ベッセント医師は、10年以上にわたり診療で漢方薬を組み合わせる処方してきた経験を踏まえ、ハーブスミスを創業しました。ハーブスミスは、関節の健康、アレルギー、胃腸のサポートといった問題に対処するために、獣医師が開発した高品質の犬猫用サプリメントを製造しています。ウィスコンシン州にある最先端の施設で製造されているハーブスミスのサプリメントは、世界中の最高級原料のみを治療薬レベルで使用しており、犬と猫にこれまでにないヘルス&ウェルネスをもたらします。詳細は、<https://www.herbsmithinc.com/> をご覧ください。

「メディカス・ベテリナリー・ダイエツ (Medicus Veterinary Diets)」：ベッセント医師が開発し、外部の獣医学専門家と栄養コンサルタントがレビューを担当した「メディカス・ベテリナリー・ダイエツ」は、自然食品の栄養に関する深い理解を近代科学と融合させ、病気を患っているペットが最も必要とする時にサポートします。それぞれの処方方は、食べ物の基本的な構造と疾病が体に及ぼす影響という2つの指針で設計されています。慎重にバランスを取ったオメガ6脂肪酸とオメガ3脂肪酸、抗酸化物質が豊富な原料、米国農務省 (USDA) の検査を受けた肉を使用し、品質と安全性を最優先しています。当社の治療食は、科学的な裏付けに基づいた自然食品を活用し、今日のペットにおける最も差し迫った健康上の課題に対処しています。ペットがまさに必要とする時に与えられる栄養です。詳細は、<https://medicusveterinarydiets.com/> をご覧ください。

こ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。



ショーミー・バーベキューソース (Show-Me BBQ Sauce, LLC)

ミズーリ州ロッチャポート

50周年を迎えた「ショーミー・バーベキュー・ソース (Show-Me® Bar-B-Q Sauce)」は、数種類のシンプルな原料で複雑な味わいを提供できることを証明しています。ミズーリ州の中心部に根差した、時代を超える伝統的なフレーバーは、米国50州と世界11カ国のキッチンのほか、世界中の軍事基地の厨房でも使用されています。常温保存が可能で冷蔵が不要な当社のソースと調味料は、一貫性と信頼性を兼ね備えた本格的なバーベキュー体験を提供し、裏庭でグリルをする人にもピットマスターにもふさわしい商品です。家族経営企業である当社は、おいしい食品は国境を超えて人々を結び付けることを理解しており、伝統に育まれ、新たな味わいの探求に突き動かされてきました。しかしながら、思い出に残るひとときを生み出すのは食を愛する方々です。

冷蔵不要 | グルテンフリー | 保存料不使用 | 増量剤不使用 | ブドウ糖果糖液糖不使用



OMG ! プレッツェルズ (OMG! Pretzels)

ペンシルベニア州プリマスミーティング

OMG ! プレッツェルズは、プレッツェルの概念を変えつつあります。OMG ! プレッツェルズは、女性が所有する家族経営の企業で、市場で唯一の本格的に熟成した味付きサワードウプレッツェルナゲットを作っています。独自の5種類のプレッツェルは、持ち運びに便利な3オンス入りの袋で販売されており、小売店では段ボールカット陳列が可能です。こうしたミニサイズの袋は、コンビニエンスストアや接客チャネルに最適です。米国で製造していることに誇りを持ち、料理に着想を得ている当社のレシピは、コーシャに対応しており、人工原料と遺伝子組換え作物 (GMO) は使用していません。当社は人々をつなぎ、おいしく健康に良いスナックを楽しむひとときを提供するという使命を掲げています。当社こだわりの商品は、軽い食感の完璧なスナックですが、それだけでなく、洗練されたもてなしを可能にし、お気に入りのレシピにおいしさを加えます。OMG ! プレッツェルズの商品は、味覚と視覚に訴える健康に良いスナックです。一口食べたそのおいしさに OMG (オー・マイ・ゴッド) !



SAI プロバイオティクス (SAI Probiotics LLC)

ミネソタ州メープルグロブ

SAI プロバイオティクスは、プロバイオティクスのメリットを自然界の特殊成分と調和させることに特化し、腸と免疫の健康増進のための科学的根拠のある総合的なアプローチを開発しています。創業者のアクシャ・パンダ (Akshaya Panda) は、20年にわたって業界をリードし続けています。プロバイオティクス分野における複数の大手企業が成長を遂げる上で重要な役割を果たし、その後に市場の顕著なギャップに対処することを目的として自身の事業を立ち上げました。

効能の強化を目指し、菌数が多く高価なプロバイオティクス商品が増えている中、SAI プロバイオティクスはよりインテリジェントなアプローチを採用しています。当社は、幅広い研究を重ね、長い時間をかけて実証されたプロバイオティクスの有効性と相乗効果を高める天然成分を厳選しています。それによって、腸だけでなく全身の健康を向上させる総合的なアプローチを採用した、安全かつ効率的で手頃な価格の商品を提供しています。

当社独自の女性向けプロバイオティクスサプリメント「SAI プロ・ファム (SAIProFemme)」は、自信を持ってご紹介できる商品です。「SAI プロ・ファム」は、8種類の有効なプロバイオティクス菌株を含んでおり、それらは腸の健康向上、尿路感染症の再発防止、脂肪蓄積の抑制、腸の健康強化に役立つことが臨床試験で実証されています。また、それらの菌株、強力な天然の抗炎症作用があるターメリック、優れた抗酸化物質であるクランベリーエキスの相乗効果を生かしています。この優れた商品は、効能と有効性を長持ちさせるために乾燥剤を内張りにしたCSP容器に入っており、2つの遅延放出性ベジカプセルの中に1回の摂取量当たり200億CFUの菌を含んでいます。

お問い合わせまたは健康増進の取り組みに関するご相談については、+1-763-494-9721までお電話をいただくか、<https://saiprobiotics.com/> をご覧ください。



スイート・ストリート・デザーツ (Sweet Street Desserts)

ペンシルベニア州レディング

1979年にペンシルベニア州レディングで創業したスイート・ストリート・デザーツは、理想的なクッキーを作りたいという情熱から始まりました。創業者であるサンディ・ソルモン (Sandy Solmon) は、車が2台入る大きさのガレージでクッキーを焼き始め、風味と食感のバランスが取れたレシピを完成させました。サンディの献身的な取り組みは、地元で少数のファンを抱えていたスイート・ストリート・デザーツを、デザート業界の世界的リーダーへと発展させました。

今でもサンディが経営し、ペンシルベニア州レディングに本社を置くスイート・ストリート・デザーツは、60カ国以上のレストランに商品を提供しています。サンディは熱心なレシピ開発者から成るチームを率いて、南米のチョコレートから地元で収穫されるリンゴに至るまでの最高級食材でデザートを作っており、すべての商品で高い水準を満たしています。

スイート・ストリート・デザーツの成功の秘訣は、消費者が共有したいと思うような素材を使用して焼き上げた、消費者の欲求を満たすに値するおいしいデザートです。皆さまの美しい食べ物に対する情熱と健康に良い食材に対するひたむきな姿勢が、すぐに楽しめるおいしいデザート作りの原動力となっています。



バックルロー &カンパニー (Buckaroo & Company, LLC)

イリノイ州エバンストン

ロリッキング・バックルロー (Rollicking Buckaroo) の「ペッパー・ジャム (Pepper Jam)」と「シーズニング・ブレンズ (Seasoning Blends)」の胸躍る世界へようこそ。ここでは、フレーバーに境界線はなく、自由に料理を創作できます。

ロリッキング・バックルローは、商品を販売しているだけではなく、味覚を呼び覚まし、料理のレベルを引き上げる体験を創出しています。熱心な料理愛好家も、情熱あふれるシェフも、バイヤー、卸売り、フードサービスを行っている舌の肥えた経営者も、当社と共にフレーバーが広がる冒険の旅に出掛けましょう。

<https://www.buckaroopepperjam.com/>

こ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

過去1年間に米国消費者の73%が 価格高騰により購買習慣を変更

EYのレポートで上記のように述べられているほか、小売りセクター担当リーダーであるマーク・チェンバース(Mark Chambers)氏は次のように述べています。「小売業者はこれまで常に、さまざまなレベルの地政学的な不確実性や、インフレ、サプライチェーンの混乱に対処してきましたが、最近では、消費者とのつながりや、日々の購買習慣に対する外部からの影響を評価できるようになったことが、相違点として挙げられます。」

放課後の空腹を抑え、夕方のかんしゃくを防ぎ、家事を簡素化するために親が食事時間を早めるようになり、「3:45の夕食」がトレンド化

ザ・フード・インスティテュート(The Food Institute)によると、夕食を早めに取りたいという消費者需要の高まりに伴い、飲食店はまたとない機会を得ています。

米国人のスナック消費が減っているのは オゼンピックだけが理由なのか？

ウォール・ストリート・ジャーナル(The Wall Street Journal)によると、GLP-1受容体作動薬(肥満症治療薬)の使用量の増加や健康に良い商品を求める消費者の需要と相まって、経済的圧力によりスナックカテゴリーが大打撃を受けています。

全米産業審議会の月次調査によると、3月の所得、景況感、雇用状況に対する消費者信頼感が過去12年間で最低水準にウォール・ストリート・ジャーナルによると、期待指数は65.2と急激に低下し、景気後退の兆候とされることが多い基準値である80を大幅に下回りました。



世界の消費者の53%以上がプライベートブランド商品の 購入を増やしており、前年比で4.3%増加

NIQはさらに、回答者の68%がプライベートブランドを有名ブランドの良質な代替品と考えており、知覚価値の変化が続いていると述べています。

コーヒーと紅茶を飲む米国人の約33%がプロバイオティクスやアダプトゲンなどの機能性メリットを飲料から得ることに興味あり

最近のレポートによると、コールドブリューコーヒーを飲む人は認知機能を高めることを目的としていますが、紅茶を飲む人はリラックス効果や免疫力を高める効果のある飲料を優先しています。



Z世代を筆頭に米国人の約50%が2025年に アルコール摂取量を減らす意向あり

NCSソリューションズ(NCS Solutions)のレポートで上記のように述べられているほか、ザ・フード・インスティテュートによると、先ごろ開催されたUBSグローバル・コンシューマー&リテール・カンファレンスで、アスレチック・ブリューイング(Athletic Brewing)のCEOであるビル・シュフェルト(Bill Shufelt)氏がノンアルコール分野の急成長について言及しました。

飲酒を抑えたり控えたりしている多くの消費者が、カップケーキ・ヴィンヤーズ(Cupcake Vineyards)のアルコールを除去したソーヴィニヨンブランなどのノンアルコールワインを支持

ザ・フード・インスティテュートによると、伝統的なワインの複雑さの再現という課題はあるものの、生産方法のイノベーションがこのカテゴリーに機会をもたらしています。

消費者による植物性食品の購入が2024年に増加したという最近のレポートから、植物由来食品産業は停滞を打破した可能性あり

ザ・フード・インスティテュートによると、この分野の回復を受けて、ナットポッズ(Nutpods)のCMOであるパトリック・コイル(Patrick Coyle)氏は、ブランド企業が価値とブランドの価値観の適正なバランスを取ることを推奨しています。

グミカテゴリーで圧倒的な人気を維持しているのは 酸味と刺激的な風味のあるフレーバー

カッチェス(Katjes)ブランドのエグゼクティブが上記のように述べているほか、スナック・アンド・ベーカリー(Snack and Bakery)によると、クリーン、低糖、ビーガンの商品も勢いを増しています。

タンパク質に対する消費者需要の高まりが ウェルネス業界の拡大を後押し

グロッシー(Glossy)によると、このトレンドは栄養に対するより総合的なアプローチへの最近のシフトを反映しており、タンパク質は今や免疫力、満腹感、ヘルシーエイジングのために欠かせないものとなっています。

消費者が長期的なウェルネスソリューションを求める中、 免疫力を高める商品の需要が増加

ザ・フード・インスティテュートによると、2028年まで年平均成長率9%での市場拡大が予想されており、食品・飲料ブランドが栄養密度の高い商品を開発する上での十分な機会がもたらされています。



U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT-MIDWEST & FOOD EXPORT-NORTHEAST STAFF

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

**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 email to info@foodexport.org.



Food Export -Midwest &
Food Export -Northeast



Food Export -Midwest &
Food Export -Northeast



foodexportsusa



foodexports4941



Food Export -Midwest &
Food Export -Northeast

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.