

U.S. FOODLINK

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

Vol. 21 No. 4



米国の食品・飲料業界における マーチャンダイジング最新トレンド

絶えず変化するグローバルな環境において、競争が激化し、景気の先行き不透明感が広がる中、食品・飲料の輸入業者にとって、米国における最新のマーチャンダイジングトレンド、戦略、イノベーションに関する情報を常に把握しておくことが不可欠となっています。

とりわけ小規模な新興ブランド企業は、実店舗の小売り環境においても、デジタルプラットフォームにおいても、多様な食品・飲料の位置付けを見直しています。今回は、消費者行動に影響を及ぼし、食品・飲料業界を再構築している、最近の主要なマーチャンダイジングトレンドの一部を紹介します。

小売店の陳列棚を刷新し影響力を強化

従来のスーパーマーケットでは、消費者に特定の食料品を購入してもらうにあたって、陳列棚の配置が依然として大きな影響要因となっています。老舗の業界最大手と競合するためにダイナミックなマーチャンダイジング戦略を採用する新興ブランド企業も増えています。

新商品や季節商品を入れ替えたり目立たせたりすることができ、フレキシブルシェルフシステムが小売業者に支持されており、エンドやゴールデンラインの陳列を小規模なブランド企業が確保するのに役立っています。例えば、パーテイク・フーズ (Partake Foods) は、アレルギーを含まないスナックをフレキシブルな売り場で目立つ位置に陳列しており、主流スナックの売り場で最良の位置を確保しています。

また、買い物体験をいっそう向上させる戦略として、デジタルディスプレイが従来のディスプレイに取って代わるようになってきています。レシピや、使い方に関するアイデア、栄養に関する情報にリンクするQRコードを採用したインタラクティブなエンド陳列も一般的になり、標準的な店舗の陳列棚を消費者の興味をそそるタッチポイントへと変えています。

レジエンドも進化しており、衝動買いを狙った定番のお菓子から、健康に良いスナックやデジタル技術を駆使した期間限定の販促品へと、展開のシフトが進んでいます。健康志向の飲料ブランドであるポピ (Poppi) は、店舗のエンドやレジエンドにプレバイオティクス炭酸飲料を、目を引くようカラフルに陳列することで、衝動買いの可能性を高め、最近大きな成長を遂げています。

(2ページ目に続く)



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org

マーケティングツールとしてのパッケージ

食品・飲料の新興ブランド企業にとっては、注目を集めるために革新的なパッケージが欠かせないものとなっています。今やパッケージのデザインは、ブランドアイデンティティと商品価値を明確かつ即座に伝える手段となっています。

リキッド・デス (Liquid Death) は、型破りな個性とサステナビリティへの取り組みを明確に伝える大胆なデザインが特徴のアルミニウム缶を採用することで、飽和状態にある飲料水カテゴリーで目覚ましい成功を収めています。今日の消費者にとってサステナビリティは最大の関心事項であり、容器のリサイクル可能性、生分解可能性、再利用可能性などの環境に配慮したソリューションが重視されるようになっています。

プラスチック不使用の認定やカーボンニュートラルバッジの取得など、持続可能な特性を明示している商品は、特に環境意識が高い消費者を引き付けており、そうした視覚的な要素がとりわけ若者層における購買決定にますます影響を及ぼしています。

健康志向のメッセージと多文化へのアピール

ヘルス&ウェルネスのトレンドは依然として食品販売で優勢であり、ブランド企業はパッケージに栄養面のメリットを明示するようになっています。スナックや調理済み食品では、「たんぱく質が豊富」、「砂糖不使用」、「食物繊維が豊富」といった健康に関する情報をパッケージの前面に表示されていることが多く、消費者が自分の健康目標に合った商品であると一目で分かるようにしています。興味深い点として、そうした健康志向の商品は、おいしさも栄養も妥協したくない消費者を獲得するために、たんぱく質が豊富なブラウニーやケトフレンドリーの冷凍デザートなど、満足感の高い味わいと機能的メリットを両立させていることが挙げられます。

多文化のマーチャンダイジング戦略も、企業の発展を後押ししています。米国消費者の嗜好に関しては明らかにグローバル化が進んでいるため、小売業者は国際的な商品をスペシャルティフード売り場の中で区分するのではなく、メインの陳列棚にまとめるようになっています。フィリピンのデザートであるウベや、韓国のキムチ入りスナックなど、本格的で国際的なフレーバーを展開するブランド企業も、主流商品の買い物客に幅広く訴求する陳列棚に配置することでメリットを得られます。



本物の食材と自然な風味を強調したパッケージは、そうした訴求力をさらに高め、大胆な味覚の探求とウェルネス志向の購買の両立を可能にしています。例えば、メキシコ系米国ブランド企業であるシエテ・フーズ (Siete Foods) は、商品に「グレインフリー」、「グルテンフリー」、「パレオフレンドリー」と目立つように表示しており、健康上のメリットを効果的に伝えながら、本格的な多文化の魅力を生かして訴求を図っています。

オムニチャネル戦略とデジタルマーチャンダイジング

オンラインマーチャンダイジング戦略も、長期的な成功を収める上で不可欠なものとなっています。デジタルシェルフでは、商品の視認性、画像、消費者のレビューに細心の注意を払う必要があります。それらはオンラインで買い物客の注目を集める上で極めて重要です。ブランド企業は、人目を引くオンライン掲載を確保する戦略として、検索エンジン最適化 (SEO) やターゲティング広告を活用しています。例えば、シリアルブランド企業のマジック・スプーン (Magic Spoon) は、精密なキーワード最適化と興味をそそるデジタルコンテンツを活用しており、オンライン検索で上位に表示されるようにし、デジタルから小売りへの強固な消費者パイプラインを構築しています。

一方で、デジタル戦略は物理的な小売り体験とシームレスに統合されています。小売店のアプリを通じて配信されオンラインと実店舗の両方で商品と交換できるパーソナライズされたプロモーションなど、オムニチャネルのアプローチが一般的となっています。

ニールセンIQ (NielsenIQ) によると、米国の消費財販売の86%以上が複数のチャネルで買い物客と接触しているため、プラットフォーム間における一貫性が不可欠です。ブランド企業が、陳列棚への配置に先立ち、ますますソーシャルメディアを活用してコミュニティを構築し、需要を創出する中、InstagramやTikTokのようなプラットフォームを利用することが、商品の発売とトリアルの推進に欠かせない要素となっています。

体験型リテールとAIの統合

実店舗を展開する小売業者は、Eコマースの厳しい競争に直面する中、客足を伸ばすために体験型マーチャンダイジング戦略も採用しています。食料品店は、インタラクティブディスプレイ、試食・試飲イベント、拡張現実 (AR) 体験などのデジタル体験を取り入れるようになっています。その一方でクラフト飲料ブランド企業は、スマートフォンでスキャンすると動画コンテンツが配信され、商品をインタラクティブなストーリーテリングプラットフォームに変える、AR対応パッケージを導入しています。

それらを背景として、AIと自動化がマーチャンダイジングの有効性をますます高めています。小売業者は、AIを活用した分析によって、人口統計データと販売動向に基づき各地域のニーズに合わせた品ぞろえや、対象を絞った売り場作りを実現することができます。ハイブリッド型コンビニエンスストアチェーンであるフォックストロット・マーケット (Foxtrot Market) は、データに基づいたAI分析を活用して、商品の選定やインタラクティブディスプレイをパーソナライズし、店舗での体験を向上させています。さらに、食品・飲料企業が陳列棚の最適な状態と商品在庫を維持する上で、電子棚札 (ESL)、自動在庫監視システム、ロボット棚スキャナーなどの店舗内イノベーションが役立ちます。

今後の機会

これらの最新マーチャンダイジングトレンドは、市場参入を目指したり戦略的インサイトを求めたりしているグローバルな輸入業者にとって重要なポイントを明らかにしています。それは、商品の望ましい位置付けを得るためには、革新的なパッケージ、健康とサステナビリティに関する明確なメッセージ、デジタルから実店舗までのシームレスな戦略を統合する、包括的なアプローチが必要であるということです。

2025年以降のマーチャンダイジングは最終的に、店舗で商品を見て回っているか、オンラインショッピングをしているか、あるいはソーシャルメディアを通じてブランドとつながっているかを問わず、消費者が実際にいる場所で消費者と接触し、消費者が重視する商品を提示するものとなるでしょう。このようなトレンドを理解して活用することが、多様化と高度化が進む食品・飲料市場環境に対応する上で極めて重要になります。

食品・飲料パッケージの新たなイノベーションと規制

パッケージに関して、多くの消費者にとっては、サステナビリティが引き続き最大の関心事項となっています。市場調査会社であるモルドール・インテリジェンス (Mordor Intelligence) は、サステナブルパッケージ市場の規模は2024年の約2,930億ドルから2029年までに約4,240億ドルに拡大し、その成長の大部分は当局による規制強化に伴う消費者の意識向上に起因すると予測しています。

ここで、食品・飲料パッケージの最新動向をいくつか見てみましょう。

繊維を使用したワインボトル

フルーガルパック (Frugalpac) は先頃、繊維を使用したワインボトルである「フルーガル・ボトル (Frugal Bottle)」を発売し、ラティチュード・ワインズ (Latitude Wines) とモントレー・ワイン (Monterey Wine) の協力を得て、現在では米国でターゲット (Target) の約1,200店舗で販売しています。リサイクル紙を94%使用しているこのボトルのカーボンフットプリントは、従来のガラス製ボトルよりも84%少なく、重量も83gで従来のガラス製ボトルの約5分の1となっています。

環境に配慮したこのボトルには、リサイクル性を高め、商品の鮮度を1年以上引き延ばす、容易に分離可能な食品グレードのポリエチレン (PE) 製パウチも付属しています。

カーブサイドリサイクル包装紙

スナック売り場では、カインド・スナックス (KIND Snacks) が最近、ホール・フーズ (Whole Foods) の一部店舗で新たなカーブサイドリサイクル包装紙のテストを開始しました。パッケージ会社のプリントパック (Printpack) と共同でデザインされたこの新しい包装紙は、How2Recycleのカーブサイドリサイクル基準を満たしたパルプ化可能な紙を使用しており、2030年までにリサイクル可能な包装の使用率を100%にするというカインド・スナックスの目標の達成を後押ししています。

廃ミカンを使用したアップサイクルパッケージ

廃ミカンの副産物は、マイクロプラスチックをはじめとする石油由来のプラスチックの有望な代替品と見なされるようになっていきます。マイクロプラスチックは、環境中に蓄積して野生生物が摂取してしまうことが多く、最終的に人間の食物連鎖に行き着き、重大な健康リスクと生態系リスクをもたらします。廃ミカンの副産物は、加工した後には有用な用途に役立つ、ペクチン、リグニン、セルロース、ヘミセルロースなどのポリマーを大量に含有しています。例えば、ペクチンは、堅牢な力学特性を備え、生分解可能で堆肥化可能なフィルムを形成する天然のポリマーです。

また、ミカンの皮の繊維にはセルロースとリグニンが含まれており、パッケージ材の強度と耐久性を向上させます。

ただし、廃ミカン由来の素材が一般的なものとなるためには、いくつかの規制上および安全上の課題に対処する必要があります。その一つとして、特に、残留殺虫剤、微生物汚染、エッセンシャルオイルなどの許容水準の活性物質に関して、食品接触安全基準を満たしていることを確実にするための厳格な評価が必要です。例えば、EUのすべてのパッケージ商品は、堆肥化基準をまとめたEN 13432などの規制に準拠しなければなりません。また、それに相当する米国食品医薬品局 (FDA) 規則のガイドラインでも、商業用途の承認を取得する前に徹底した試験が求められます。

2次元バーコード

2次元バーコードがパッケージにますます活用されるようになっており、企業によるデータやインサイトの収集を可能にしています。QRコードは、特にマーケティングや消費者エンゲージメントの取り組みなど、さまざまな目的に使用されています。また、データマトリックスコードは、商品の識別やトレーサビリティの確保に広く使用されています。一方で、PDF417コードは、主に出荷ラベルや複雑なデータの保存に用いられています。

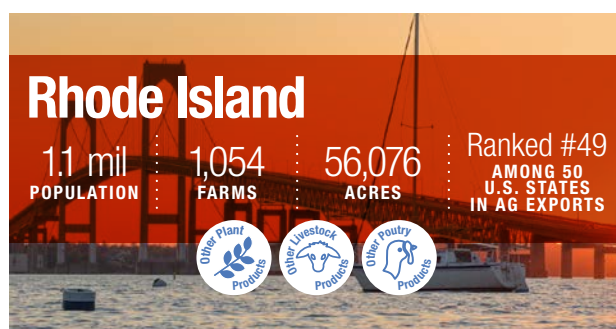
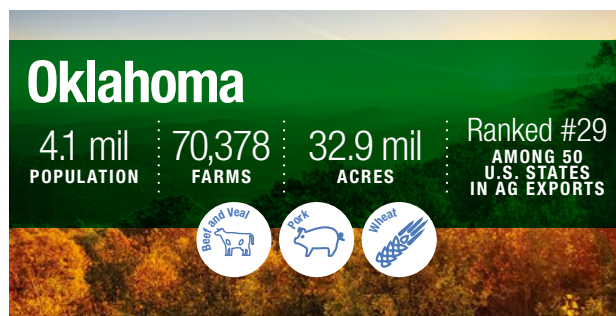
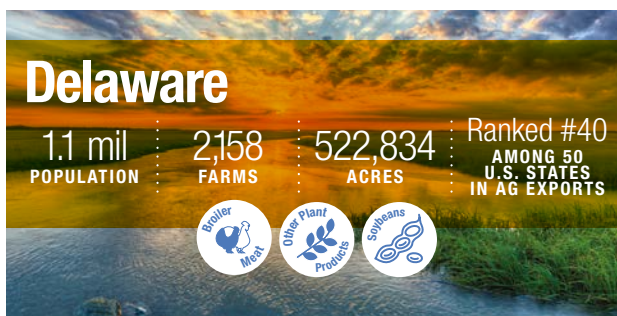
2次元バーコードの使用には、情報保存能力の向上や、トレーサビリティを向上させる独自の能力など、数多くのメリットがあります。これにより企業は、サプライチェーンを通じた商品の詳細な追跡、食品安全性の確保、規制の順守が可能になります。また、2次元バーコードは、耐久性に優れ、エラー訂正機能を備えているため、一部が損傷しても正確に読み取ることができます。

より持続可能な未来

ショア (Shorr) の「2025 Sustainable Packaging Consumer Report」によると、消費者の90%がサステナブルパッケージを採用しているブランドから商品を購入する可能性が高いと回答しており、54%がサステナブルパッケージを使用した商品を意識的に選択していることが明らかになりました。食品・飲料企業は、こうした価値観を反映したパッケージソリューションを開発することが重要となっています。



米国中西部・北東部の特徴





オルヌア・イングリディエンツ・ノース・アメリカ (Ornu Ingredients North America)

ウィスコンシン州ヒルバート

オルヌア・イングリディエンツ・ノース・アメリカは、カスタム加工、模造、天然配合のチーズ原料のリーダー企業です。当社はイノベーションに情熱を注いでおり、お客様と密接に連携しながら、世界中の企業における信頼性に優れた高品質の乳製品原料ソリューションの開発を支援しています。当社は、お客様に役立つ商品を製造しています。お客様のニーズは固有のものであるという認識の下、さまざまな風味、色、機能性、ラベル、コストで、幅広い配合を提供しています。当社のチーズスライスを、コールドサンドイッチ、ホットサンドイッチ、ハンバーガー、片手で食べられる朝食、サブマリンサンドイッチなどでお楽しみください。



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、北米で地理的に最も多様な生産者基盤を有する農場協同組合が所有・運営している世界的な果物および果汁のサプライヤーで、カナダ、ミシガン州、ワシントン州、ユタ州、アイダホ州の生産者で構成されています。その多様性から、国産果物の年間を通じた供給を保証しています。また、モンモランシーチェリーの世界最大かつ最も安全な供給源であることを誇りとしています。

甘酸っぱい味わいが特徴のモンモランシーチェリーは、いろいろな楽しみことができ、植物由来の天然素材で、健康効果に優れています。また、睡眠の質を改善することが研究で明らかになっているメラトニンの天然の供給源でもあります。さらに、モンモランシーチェリーの摂取が、運動後の回復、痛風発作、関節炎、心臓の健康、血圧、消化管の健康の改善に及ぼす影響についても研究が行われています。

チェリー・セントラル・コーポラティブは、モンモランシーチェリーの濃縮果汁、ドライモンモランシーチェリー、冷凍モンモランシーチェリー、冷凍ダークスイートチェリーを国際的に供給しています。

1973年から、小売り向け商品、フードサービス向け商品、バルク食材を手掛けているほか、プライベートブランドや委託生産のサービスを国際的に提供しています。

「Cherry Central. More Growers. More Possibilities. (チェリー・セントラル、より多くの生産者と共に可能性を実現)」 cherrycentral.com



コーパイン (Cōpajin Corp.)

インディアナ州ゲーリー

友人たちと分かち合う「コーパイン・ウォッカ (Cōpajin Vodka)」

「コーパイン・ウォッカ」は、洗練性、つながり、文化を一滴ごとに凝縮した、少量生産の高級スピリッツです。世界中で得られる味わいからインスピレーションを得て、米国中西部で蒸留されている当社のウォッカは、驚くほど滑らかな口当たり、澄んだ後味、時代を超える魅力で高く評価されています。「コーパイン・シルバー (Cōpajin Silver)」のすっきりとしたクリアな味わいから、「コーパイン・ブラック (Cōpajin Black)」の際立つ上品さまで、新たな解釈で受け継がれた伝統と現代的な洗練性がすべてのボトルに息づいています。「コーパイン・ウォッカ」は単なるウォッカではなく、目的、コミュニティ、お祝いの仕方によって生じるクリエイティブなムーブメントを象徴しています。ストーリーテリングを重視しながら、ラグジュアリーの再定義に情熱を注ぎ、グラスの中にとどまらず共感と呼ぶブランドを構築しています。「コーパイン・ウォッカ」は、グローバルな市場に展開する体制が整っています。優れた品質と豊かな個性を兼ね備えたスピリッツをぜひ味わってみてください。記憶に残るものとして、分かち合うために作られているウォッカです。



ザ・イーサス・グループ (The Esus Group, LLC)

ペンシルベニア州ケネットスクエア

1999年から事業を行っているザ・イーサス・グループは、米国メーカーの食品・飲料商品を輸出しています。最新の商品ラインの一つが、以下をはじめとする「プレミアム・パスタ (Premier Pasta)」です。

- 「マカロニ＆チーズ (Macaroni & Cheese)」: 箱入りのファミリーサイズ、箱入りの1食分、電子レンジ対応の1食分入りカップなど、複数のサイズとパッケージで展開しています。
- 「パスタ・ディナーズ (Pasta Dinners)」: 異なる種類のパスタにさまざまな肉(牛肉、鶏肉、ツナ)を組み合わせたミックス商品です。
- 「パスタ・サイド・ディッシュ (Pasta Side Dishes)」: 鶏肉とクリーミーなチーズソースのフェットチーネや、ブロッコリー入りのパスタを展開しています。

ザ・イーサス・グループは、これらの商品について多数のご要望をいただいており、特に電子レンジ対応カップの「マカロニ＆チーズ」は国際的な有名ブランドと同等以上の見た目とおいしさです。商品はすべて、米国のブランドまたはプライベートブランドとしての販売が可能です。これらの商品の詳細や、その他の商品について貴社のお客様のニーズを満たしているかどうかを確認したい場合は、www.theesugroup.com までご連絡ください。



ヴィーナス・ウエハース (Venus Wafers Inc.)

マサチューセッツ州ヒンガム

罪悪感なくおいしく食べられる当社の「サウスショア・パフ・スナックス (South Shore Puff Snacks)」は、古代穀物と本物の原料を使用しており、一口ごとに軽くてカリッとした食感と、濃厚で満足感のある風味を楽しめます。

「フエゴ・マンゴー・ケソ (Fuego Mango Queso)」のスモーキーな辛さ、「アガベ・ココアBBQ (Agave Cocoa BBQ)」の甘塩っぱいブレンド、「チェダー＆スモークド・パプリカ (Cheddar & Smoked Paprika)」のチーズの味わいなど、どのパフも健康とぜいたくなおいしさのバランスを追求しています。健康に良いのにこれほど濃厚な味わいの（おいしい）スナックはありません。

1931年に創業した家族経営のヴィーナス・ウエハースは、体に良いクラッカーのバイオニアとして、手軽さを求める消費者の嗜好の変化に対応してきました。創業者が90年以上前に最初の商品として作った100%全粒粉のウエハー・ブレッドから、本格的なラヴァシュ (Lavash)、ウォーター・クラッカー、ストンド・ウィート・クラッカー、オーガニック・フラットブレッドまで、常によりすぐりの原料を使用してさまざまな形とサイズに焼き上げ、訴求力のあるパッケージでお届けします。詳細は、www.venuswafers.com または +1-781-740-1002 までお問い合わせください。



プレナス・グループ (Plenus Group)

マサチューセッツ州ローウェル

家族経営企業であるPGIフーズは、20年以上にわたり多種多様なおいしいスープやソースを作り続けてきました。当社の商品ポートフォリオには、「ボストン・チャウダ Co (Boston Chowda Co)」や「ハーバン・フレッシュ (Herban Fresh)」といった米国全土で知られているブランドがあります。受賞実績を誇る「ボストン・チャウダ (Boston Chowda)」の商品ラインには、「ニューイングランド・クラム・チャウダ (New England Clam Chowda)」や「ロックポート・ロブスター・ビスク (Rockport Lobster Bisque)」などのベストセラーがあり、冷凍の小売り用カップや8ポンドのバルクパウチで販売しています。

拡充したバルクスープの商品ラインでは、便利な8ポンドの冷凍パウチ入りですぐに食べられるスープを40種類以上展開しています。この商品ラインには、ぜいたくなシーフードスープのほか、チキンヌードルやブロッコリー・チェダーのような家庭の定番料理、ボリュームのあるチリ、ビーガン商品、じっくり煮込んだ肉が入った風味豊かなスープなどがあります。当社のソースとグレイビーは、4ポンド入りのパウチで提供しています。クラシックなイタリアンソースから、スパイシーなアジア風ソース、チーズソースやパッファローソースなどの米国で定番のソースに至るまで、当社のソースでおいしいメインディッシュを簡単に作ることができます。 Pgifoods.com



ジェニール・バイオテック (Jeneil Biotech Inc.)

ウィスコンシン州ソークビル

発酵/酵素技術における市場リーダーであるジェニール・バイオテックは、市場をリードする本物の天然乳製品のフレーバーと乳製品濃縮液、植物由来/ビーガン対応の乳製品フレーバー、BtoB製造チャネル向けの独自のプロバイオティクスを製造しています。

当社の風味ソリューションは、加工チーズ、製パン、スナック、製菓、冷凍デザート、スープ、ソース、調理済み食料、飲料といった用途で、チーズ、バター、クリーム、牛乳、ヨーグルト、バターミルク、サワークリームなど、一般的な乳製品を使用するあらゆる食品・飲料商品に採用されています。当社のプロバイオティクスソリューションは、乾燥ミックス、グミ、ペットフードに最適です。

当社のグローバル事業では、北米、欧州・中東・アフリカ、中南米・メキシコ、アジア太平洋における食品業界、飲料業界、ペット業界、栄養補助食品業界に卓越したソリューションを提供しており、米国ウィスコンシン州とドイツに、製造、研究開発、応用開発、官能試験を行う施設を構えています。



ジェイドボー (Jaydobo LLC)

サウスダコタ州ヘブロン

当社は単なる調味料ブランドではありません。フレーバーを愛するファンが集うコミュニティです。経験豊富なシェフでも、家庭料理を作る方でも、この味わい深い旅にぜひ参加してください。当社の商品を体験してレシピを試し、ジェイドボーがどのように創作料理のレベルを引き上げられるかを探究してみてください。 <https://jaydobo.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。



フォーチュン・フェイバース (Fortune Favors, LLC)

ウィスコンシン州コテージグループ

フォーチュン・フェイバース：グローバル市場向け高級砂糖漬けピーカン
フォーチュン・フェイバースは、グルメスナックの進化を代表する存在で、受け入れられるぜいたく品に対する消費者需要の高まりに対応した高級砂糖漬けピーカンを提供しています。当社独自の調理プロセスによって米国産ピーカンの可能性を最大限に引き出し、重量比で50%を超える糖分を含んでいる従来の砂糖漬けナッツよりも糖分が大幅に低い、わずか7%の糖分含有量の商品を生産しています。

当社が展開している4種類のフレーバーである「ザ・クラシック (The Classic)」、「ザ・スパイシー (The Spicy)」、「ザ・エブリシング (The Everything)」、「ザ・メスキート (The Mesquite)」は、4つから6つの成分のみで構成されるクリーンな原料を使用しながら、多様な味覚に対応しています。どの商品も、ビーガン対応、グルテンフリー、植物由来で、世界市場の主要な食事の嗜好に対応しています。

売上は2018年から毎年倍増しているほか、全米2,500店以上の小売店で商品が販売されており、強力な市場訴求力を発揮しています。ウィスコンシン州に拠点を置く当社の工場は、一貫性のある品質とサプライチェーンの信頼性を確保しており、高級商品という位置付けで175億ドル規模のグルメスペシャルティナッツのグローバル市場でシェアを獲得しています。当社は、プライベートブランドの展開、パッケージの柔軟な選択肢、マーケティング支援といった包括的な輸出サポートを提供しており、海外パートナーがこの特異な商品カテゴリーで成功を収められるようサポートしています。



グラミネックス (Graminex LLC)

オハイオ州デシュラー

「ポールンベリー® (PollenBerry®)」は、尿路の健康と尿失禁の分野向けの「グラミネックス® G60® (Graminex® G60®)」とクランベリーパウダーエキスを配合した粉末ブレンドです。「ポールンベリー」は、ストレスに起因する女性の尿漏れを大幅に軽減することが臨床的に裏付けられており、粉末原料と固形剤の形態で提供されています。グラミネックスは、オハイオ州北西部に拠点を置く女性経営および家族経営の企業であり、米国で栽培・製造している男性と女性の健康のための花粉抽出物を専門に手掛けています。

**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。**



ワイアンドット (Wyandot Inc.)

オハイオ州マリオン

ワイアンドット・スナックス (Wyandot Snacks) は、優れたスナックは優れた価値観から生まれると考えています。当社は、食品業界をリードするブランドや新興ブランドにとって信頼の置けるパートナーとして、おいしさや品質に妥協しない、健康に良いオーガニックスナックの製造を専門としています。数十年にわたる経験と、イノベーションとサステナビリティに対する真摯な取り組みを通じて、スナックの未来の形成に寄与していることを誇りに思っています。

当社のポートフォリオで注目すべき商品の一つが、「ルークス・オーガニック・CHEDDAR・クラウド (Luke's Organic Cheddar Clouds)」です。この軽くてサクサクのパフは、オーガニック原料と本物のCHEDDARチーズを使用しており、健康に良いだけでなく、満足感も味わえる豊かな味を実現しています。人工香料、保存料、グルテン不使用の「CHEDDAR・クラウド」は、クリーンラベルのスナックを求める健康志向の消費者に最適なスナックで、一口食べるたびに濃厚なチーズの風味を楽しめます。外出先でも、お弁当に入れても、そのおいしさが、優れたスナックはぜいたくな気分だけでなくマインドフルネスも与えてくれることを思い出させてくれます。



ジンセン & ハーブ・コープ (Ginseng & Herb CO-OP)

ウィスコンシン州マラソン

ウィスコンシン州中央部に拠点を置くジンセン & ハーブ・コーペラティブ (GHC) は、ウィスコンシン州のあらゆる生産者から調達した、高品質で純粋なウィスコンシン州産アメリカニンジン販売している非課税法人です。

GHCのニンジンには、米国農務省の基準を満たすために専門的に等級分けされています。GHCを通じて販売される各ロットは、そのニンジンを栽培した生産者に直接結び付いています。

カプセル、粉末、お茶、パッケージ入りの根、バレル単位で購入できる卸売りなど、さまざまな商品を提供しています。

ウィスコンシン州産ニンジンには、その優れた品質と卓越さで世界的に知られています。当社の顧客基盤は、中国、香港、シンガポール、ベトナム、オーストラリア、欧州全域など、世界中の国々に広がっています。

ニンジンを食べることは、さまざまな潜在的メリットがあります。お客様からは、疲労感、関節の不快感、ストレスレベル、全体的な活力が改善されたことが報告されています。商品について、詳細は<https://ginsengherbco-op.com/>をご覧ください。



マーケット・スクエア・フード (Market Square Food Co.)

イリノイ州パークシティ

簡単に言うと、クッキーカテゴリーに匹敵する商品はありません。「ハッピー・スナックス (Happy Snacks)」の価値提案は、以下のとおり、当社のブランドと他のあらゆるスナックとの明確な差別化を図ることを目的としています。

植物由来 | 非GMOの天然原料 | ナッツおよびピーナッツ不使用 | 卵および牛乳不使用 | クッキーカテゴリーに特有の豊富な必須ビタミンおよびミネラル配合 | クッキーカテゴリーで業界最高級の商品としての長年の位置付け

当社のブランド、商品、パッケージは、「誰の心の中にもある子ども心」に訴求するもので、あらゆる世代の共感を呼んでいます。



ベーキング (Baking Co.) / 「クレイジー・モンキー・ベーキング (Crazy Monkey Baking)」

ミシガン州グランドラピッズ

「クレイジー・モンキー・ベーキング」は現在、新商品である2オンスの携帯用グラノーラパイを、3つの人気フレーバーで提供しています。当社のグラノーラパイはすべて、グルテンフリー認証を取得しており、人工香料も人工原料も使用していません。また、1食分30g当たり17gの全粒穀物を含んでいます。7.5オンスのスタンドアップパウチは、「ダーク・チョコレート・チップ (Dark Chocolate Chip)」、「ソルテッド・キャラメル (Salted Caramel)」、「ブルーベリー (Blueberry)」、「ダブル・チョコレート・ブラウニー (Double Chocolate Brownie)」、「シナモン・ピーカン (Cinnamon Pecan)」、「ミント・チョコレート (Mint Chocolate)」、「クランベリー・アーモンド (Cranberry Almond)」、「レモン・ココナッツ (Lemon Coconut)」、「ホワイト・チョコレート・クランベリー (White Chocolate Cranberry)」の9種類の定番フレーバーで展開しています。これらの商品は、おいしいスナックとしても、ヨーグルトパフェ、サラダ、アイスクリームのトッピングとしても、トレイルミックスのアクセントとしてもぴったりです！史上最高のグラノーラをお楽しみください！

詳細は、sales@crazymonkeybaking.comまでお問い合わせください。

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。



ポップ・ダディ・スナックス (Pop Daddy Snacks)

ミシガン州ハウエル

ポップコーンに対する情熱と、電子レンジ用ポップコーンに含まれる化学物質への懸念から、マーク・サラファとエリン・サラファが創業したポップ・ダディ・スナックスは、マークが地下室で行っていた実験がきっかけとなり、2013年にミシガン州ハイランドにある共有ベーカリースペースで誕生しました。

2018年に、エリンのいとこが手作りの味付きブレツェルを手土産に持参したことで、味付きブレツェルの商品ラインが誕生しました。家族はそれをとても気に入って、マークの同僚は商品として販売するようマークに勧めました。今では、それらのブレツェルは多くの家庭に常備されるようになり、スナック市場で最も売れている味付きブレツェルとなっています。ポップ・ダディ・スナックスは、「タイ・ハニー・カレー (Thai Honey Curry)」や「ディル・ピクル (Dill Pickle)」など、大胆でユニークなフレーバーの味付きブレツェルを多数展開しています。

ポップ・ダディ・スナックスは、2024年にケトルチップスを追加して商品ラインを拡大し、大胆なフレーバーでスナック分野のトップに立つというミッションを継続しています。現在、8種類のユニークなフレーバーのポップコーン、12種類の香ばしいフレーバーの味付きブレツェル、5種類のケトルチップを提供しており、全米3万店以上の小売店と4カ国で販売しています。これらの商品はすべて、ミシガン州ハウエルに所在する5万7,000平方フィートの工場で生産されています。

ポップ・ダディ・スナックスは、「大きな心で作る大胆なスナック」を提供し続けています。



レナーズ・チーズ・ストア (Renard's Cheese Store LLC) 商号: ローズウッド・デイリー (Rosewood Dairy Inc.)

ウィスコンシン州アルゴマ

レナーズ・チーズ・ストアの「レガシー・ブレンド (Legacy Blend)」は、濃厚なホワイトチェダーと甘くてクリーミーかつほのかなナッツ風味のゴダを組み合わせた、手作りのブレンドチーズです。チェダーの濃厚で深い風味と、ゴダのクリーミーなバター風味が、滑らかでおいしい体験を提供します。クラッカーに乗せたり、刻んでグルメサラダのトッピングにしたり、スライスしてサンドイッチに挟んだり、溶かしてマカロニ&チーズに使ったりすることもできます。

1961年から家族経営を続けてきたレナーズ・チーズ・ストアは現在、3代目となるチーズ職人が経営を受け継いでいます。レナード家は、手作りのスペシャルティチーズの伝統を継承しつつ、高品質のグルメチーズを完璧にブレンドして生産しています。年月を重ねるにつれて多くのことが変化していますが、レナーズ・チーズ・ストアのレシピは変わっていません。その精密な技術によって、レナード家は、優れた基準に関する評判を得ているだけでなく、誇りを持って名前を載せられる商品を実現させています。



ローズ・シスターズ・ブランドズ (Rose Sisters Brands, Inc.) 商号:ローズ・シスターズ・チップス (Rose Sisters Chip)

コネチカット州ブリッジポート

当社は、焼きたてで香ばしい、風味付けされたユニークな割れるトルティーヤを作っています。チップス、クラッカー、フラットブレッドが組み合わさったような商品です。当社のトルティーヤチップスは、食事体験に活気をもたらします。口に入ると驚いて満面の笑みが浮かぶでしょう。硬く、カリカリ、サクサクとしていて、香ばしく、忘れられないスナックです。何も考えずに食べてしまうようなスナックではありません。当社のチップスを食べた誰もが初めて食べた時のことを覚えており、その後も食べるたびに同じように有意義なひとときを過ごせます。焼きたてで香ばしいトルティーヤが各袋に3枚入っており、袋の中で割って自分だけのクラッカーやチップスを作れます。「オリジナル・ファミリー・レシピ (セイボリー) (Original Family Recipe (Savory))」は4世代前に作られました。伝統を受け継いだ、記憶に残るヘルシーでユニークな風味で、マイルドな辛さを楽しめる「メスキートBBQ (Mesquite BBQ)」、「サワー・クリーム・ウィズ・スイート・オニオン (Sour Cream with Sweet Onion)」、「シナモン・シュガー・ウィズ・ア・ヒント・オブ・ベルジャン・チョコレート (Cinnamon Sugar with a Hint of Belgian Chocolate)」の3つの新しいフレーバーを最近発売しました。いずれも独特の風味と食感を楽しめます。ディップ、サルサ、ワカモレ、フムス、チーズ、シャルキュトリ、タバス、スープ、サラダなどとも相性が良いスナックです。ファミリーサイズ (201g、オリジナルのみ)、スナックサイズ (132g)、1食分の携帯サイズ (70g) で展開しています。

女性経営 | コーシャ対応 | ベジタリアン対応 | ナッツおよび種子不使用 | コレステロールフリー | トランス脂肪フリー | 低糖質 | 揚げていない焼き菓子 |
info@rosesisterschips.com

FB and IG @rosesisterschips www.rosesisterschips.com



シーン・ニュートリション (Seen Nutrition)

ニューヨーク州イサカ

シーン・ニュートリションは、本物の食品のみを使用した初天然カルシウム入りチューズを提供しています。従来のカルシウム補助食品よりも自然で消化しやすい代替品を求める女性向けのカルシウム入りチューズは、特許取得済みで、骨へのカルシウム吸収を促進することが証明されています。臨床薬剤師と食品研究学者によって考案されたシーン・ニュートリションのカルシウム入りチューズは、女性の骨の健康をサポートするために、ホールフード原料を組み合わせています。このカルシウム入りチューズは、数多くの受賞実績を誇り、味わい、手頃な価格、消化しやすさが、市販されている他のどのカルシウム商品よりもはるかに優れているとお客様から評価されています。50州すべてにお客様がおり、韓国での発売準備を進めているシーン・ニュートリションの骨の健康商品は、米国だけでなく国際的なバイヤーからも支持を得ています。



サンデー・ナイト・フード (Sunday Night Foods)

アイオワ州ウェストデモイン

サンデー・ナイト・フーズのチョコレートソースとキャラメルソースは、新鮮なクリーム、本物のバター、最高級のチョコレート、バニラを使用しているため、香りが良く、ぜいたくでおいしい商品となっています。伝統的なフランスの手法を用いて農場で少量生産されており、コーシロップ、人工原料、保存料、乳化剤、種子油を一切使用していないため、本物の (かつ自然な) 風味が際立っています。



ジャクソンズ・フード・カンパニー (Jackson's Food Company, LLC)

ウィスコンシン州マスケゴ

ジャクソンズ・フード・カンパニーは、優れた歯ごたえと新鮮な味わいを実現するためにアボカドオイルを使用したスーパースナックブランドです。本物のシンプルな原料 (野菜、アボカドオイル) を使用し、完璧な味付けを施しています。

ジャクソンズ・フード・カンパニーは、創業当初から、またトレンドや流行になるずっと前から、種子油を使用せずに受賞実績を誇るスナックを製造しています。希少な自己免疫疾患と診断され、抗炎症の特別な食事が必要だった息子のジャクソンをはじめとして、家族全員が楽しめるようにこのおいしいスナックを生み出した両親が創業しました。

普通の家庭のキッチンから始まり、テレビ番組『シャーク・タンク』への出演や、ウィスコンシン州マスケゴでのワールドクラスの工場建設など、私たちは最高のスナックをお届けすることをミッションに掲げて取り組んでいます。また、当社のスナックは常にアボカドオイルで調理されています。

ジャクソンズ・フード・カンパニーのスナックはすべて、非遺伝子組換え作物 (非 GMO) を使用しているため、ビーガン対応、コーシャ対応、乳製品不使用、ナッツ不使用、グルテンフリーのスナックとして、ほぼすべての食事に対応しています。

**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。**



HC インターナショナル (HC International, Inc.)

ノースダコタ州ファージ

HC インターナショナル (HCI) は、非GMOのオーガニック農産物原料を国内販売向けと海外輸出向けの両方に供給している貿易・輸出企業です。生産農業、工場運営、食品安全における豊富な経験を生かし、お客様に最高品質のサービスとサプライチェーンソリューションを提供することができます。HCIは、食品グレードのオーガニックの大豆および非GMOの大豆を専門的に手掛けています。

商品の特徴：脱皮大豆（半割れまたはひき割り）は、豆乳、テンペ、大豆粉、大豆かす、グリッツなどの商品の生産に最適です。皮をむくことで栄養プロファイルが向上し、タンパク質が豊富で食物繊維が少ない大豆になります。また、追加加工の効率も向上します。HC インターナショナルの脱皮大豆は、2,000ポンドまたは1トン単位でコンテナバッグまたはバルクコンテナでの出荷が可能です。

詳細は、curt@hcinternational.us までお問い合わせください。



ストルースリ・グラノーラ・リデファインド (Struesli Granola Redefined)

コネチカット州ニュータウン

ストルースリは、クリーンでモダンな工夫を凝らしてグラノーラカテゴリーを刷新しています。食事制限のあるお客様のために栄養たっぷりで穀物不使用の食事を作るというプライベートシェフのミッションから生まれ、シンプルなオーガニック原料を使用しており、オート麦、砂糖、増量剤を一切使用していません。代わりに、腸に優しいタイガーナッツと、高級なナッツおよび種子を使用しています。9オンスと2ポンドのサイズで3種類のブレンドを販売しています。

「ストルースリ・グラノーラ・リデファインド」は、ビーガン対応、パレオ対応、グルテンフリーで、健康に良い朝食やスナックを求める多くの消費者に訴求しています。ヨーグルト、スムージーボウル、サラダにぴったりで、そのまま食べてもおいしいグラノーラです。コネチカット州ニュータウンに拠点を置くストルースリは、思いやりのある小売りパートナーシップと輸出機会を基盤として拡大を図る体制が整っています。健康のための条件をすべて満たしている上質なグラノーラ代替品を求めている方は、ぜひストルースリにご注目ください。



ファウンテン・シティ・フーズ (Fountain City Foods)

カンザス州リーウッド

ファウンテン・シティ・フーズでは、世界トップクラスのブランド企業に委託製造のノウハウ、サービス、人材を提供しています。当社はこれまで、米国全土および北米全域の食品加工業者とメーカーに、革新的でコスト効率に優れたパッケージソリューションを提供してきました。

委託製造によって、競争が激化しているグローバル市場における競争優位性を得られます。ファウンテン・シティ・フーズは、委託製造パートナーとして、お客様の売上と利益の最大化を可能にするサプライチェーン効率を実現させます。当社は、SQFおよびAIBの認証を取得したメーカーと連携し、cGMP食品安全研修を受けた生産チームとHACCP研修を受けた品質管理スタッフを擁しています。



ブラックウッド・ペット・フード (Blackwood Pet Food, LLC)

オハイオ州リスボン

「ブラックウッド® (Blackwood®)」は、品質、栄養、信頼を重視している米国の高級ペットフードブランドです。オハイオ州リスボンに拠点を置く当社チームは1978年から、博士号を有するペット栄養学者が開発したスロー調理のレシピを開発しています。

当社は2024年に、健康的な消化、皮膚、毛、免疫機能をサポートするミネラル「ジンプロ®プロパス® (Zinpro® ProPath®)」を配合したキブル（小粒）のペットフードを刷新しました。

「ブラックウッド」は、キブルやウェットのペットフードから、トッパー、オーブン焼きのスナック、単一原料のフリーズドライのおやつに至るまで、あらゆる年齢のペット向けのクリーンで栄養たっぷりの商品を提供しています。

当社の全商品のラインアップは、blackwoodpetfood.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。**



ニュース短信

最近シカゴで開催された2025年全米レストランショーで見られた新たなトレンドは、フュージョン料理にインスパイアされた韓国風メインディッシュ、よりクリーンな揚げ油、さまざまな食感を味わえる飲料など

ぜいたくなコチュジャンフライドチキンスライダーや、TikTokで話題のファイアリーディルビクルレモネードもトレンドとして挙げられます。

貿易摩擦によって米国消費者は引き続き節約志向で、バンクレート(Bankrate)によると今年は成人の54%が食事、娯楽、旅行の支出を減らす予定

CNBCによると、インテュイト・クレジット・カルマ(Intuit Credit Karma)が実施した別の調査では、消費者の83%が、家計が悪化した場合に不要物の買い控えを検討するつもりであることが明らかになりました。

食品のパッケージラベルは消費者の健康に
明らかな影響を及ぼしていないことが判明

パッケージング・インサイト(Packaging Insights)によると、ジョージタウン大学の調査で、パッケージの前面にある健康に関する表示と、食物の摂取量、食事の質、肥満率における有意な変化との関連性を示す根拠は見られませんでした。

スナックカテゴリーで注目すべき最新トレンドは、
ディルビクルス、ホットハニー、抹茶

グローバルデータ(GlobalData)のイノベーションおよび消費者インサイトのプラットフォームであるAiパレット(Ai Palette)でそれらのトレンドが明らかになりました。また、ジャスト・フード(Just Food)によると、スナック化のトレンド(食事の代わりにスナックを食べること)もメーカーにビジネスチャンスをもたらしています。

「Return to Real(本物に戻る)」というトレンドは、消費者がテクノロジーを活用した強化商品から、本物、原料の透明性、対面での体験に移行している表れ

そうした動きの拡大は、懐かしい気持ちを喚起し、マーケティング戦略を刷新し、天然原料を重視する機会を食品・飲料業界にもたらしています。

ハイパーマスキュリティへのシフトの一環として
Z世代の男性が肉類の摂取を増量中

インターネットのインフルエンサーや、身体能力を最大限に発揮するには牛肉が不可欠であるとして牛肉を位置付けるナラティブによって、このトレンドは食品業界に重要なビジネスチャンスをもたらしています。



経済の不確実性にもかかわらず、
消費者は今夏を楽しむ意向

消費者は、甘いスナックなどの手頃なぜいたくを求めており、プライベートブランドをますます受け入れるようになっています。

買い物客は食品廃棄物について公約ではなく行動を要求

新しいレポートで上記のように述べられているほか、サプライ・チェーン・ブレイン(Supply Chain Brain)によると、米国と英国の買い物客の4分の3近くが、現在のスーパーマーケットから食品廃棄物削減の取り組みを積極的に報告しているスーパーマーケットへと切り替えると回答しています。

関税に懸念を示す消費者のうち、
73%が食料品の価格高騰、55%が在庫を懸念

FMI(The Food Industry Association)によると、上記に加えて、51%が価格の手頃さについて懸念しています。それでも消費者は依然として楽しむ方法を模索しており、食品がその中心になっています。

気持ちの面から植物由来商品を選択する消費者の新たな波に拍車をかける、パンデミック後のストレスと価値観の変化
ベジコノミスト(Vegconomist)によると、ブランド企業は、共感、ウェルネス、サステナビリティを重視することで、植物由来商品を支持する消費者とのエンゲージメントを図ることができると専門家が述べています。

1日平均200万本のミートスティックを生産しても
需要を満たせないチョンプス(Chomps)

ブルームバーグ(Bloomberg)によると、同社は受注量の約84%しか商品を提供できないため、拡張計画と商品開発計画を延期しています。

米国人の70%が食料品の価格高騰を非常に懸念している
と回答しており、75%は引き続き支出を管理できている
と思うと回答

FMIの「U.S. Grocery Shopper Trends 2025」によると、経済の不確実性にもかかわらず、買い物客の姿勢は比較的安定したままです。

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.