

U.S. FOODLINK

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

Vol. 21 No. 5



ノーブランドからトレンドの中心へ： 著しい成長を遂げている 米国のプライベートブランド

長年、否定的な固定観念や「ノーブランド」というイメージの払拭に取り組んできた米国のプライベートブランドカテゴリーは、価格や品質、味において期待に応えられるような、高品質ながらもコストパフォーマンスに優れた選択肢となるべく再構築を図ってきました。これには、バンデミックが重要な役割を果たしました。

「コロナ禍をきっかけとして、プライベートブランドへの関心が高まりました。消費者は新製品を試し、特定の製品の仕様や品質を本当の意味で理解するようになりました」と、ウェイクファーン・フード (Wakefern Food Corp.) の自社ブランド担当ディレクターであるパム・オフリー (Pam Ofri) 氏は、フォービス・マザー (Forvis Mazars) が主催した2024年食品・飲料フォーラムのプライベートブランドの進化に関するセッションで述べました。

「ウェイクファーン・フードについてしか明言できませんが、ナショナルブランドと同等かそれ以上の品質になるよう尽力しています。我々が多くの時間と投資を品質に費やしている理由が、この『同等以上』の部分にあります。すべての製品に

ウェイクファーン・フードの刻印が刻まれますから」と、オフリー氏は付け加えました。

この戦略は、ウェイクファーン・フードなどの小売業者にとって功を奏したようです。サカーナ (Circana) が集計し、プライベートブランド製造者協会 (PLMA) が引用したデータによると、米国におけるプライベートブランドの食品・飲料の売上高は、2024年には前年比3.9%増と過去最高の2,710億ドルに達し、ナショナルブランドの成長率1%を大きく上回りました。

この記録的な売上高は、価値主導のイノベーションの到来を示しています。契約梱包業者、小規模な原材料サプライヤー、ブランド提携を活用しながら、高品質なのに低コストであると感じられる製品を売り出すことで、金銭的に余裕のない消費者への訴求力を高めています。

最近の米国のプライベートブランドセクターに見られる最新のイノベーションと主要なトレンド、そしてグローバルな輸入業者がそれらを活用して利益を得る方法について詳しく見てみましょう。

(2ページ目に続く)



Food
Export
Midwest USA™



Food
Export USA
Northeast™

www.foodexport.org

2025年の冷凍食品:米国人の冷凍庫を満たす 4つのイノベーション

シェフが監修した便利なメインディッシュから、ウベのような流行の風味を取り入れた世界の食品に着想を得たデザートに至るまで、冷凍食品売り場はかつてないほど活気づいており、米国人はこれらを大量に消費しています。米国の冷凍食品市場は世界最大を誇っており、コナグラ (Conagra) の「2025年冷凍食品の未来」レポートのデータによると、グローバル市場シェアの約39%を占めています。

家族サイズの食品やピザから朝食用食品、プリトーなどの携帯食品に至るまで、多岐にわたる冷凍食品カテゴリーは、このトレンドの恩恵を受けており、サカーナがまとめたデータによると、冷凍製品の売上全体の32%を占めており、2024年10月20日までの52週間で総額289億ドルに達しました。

913億ドル規模のグローバル産業で起きている最新トレンドとイノベーションについて、もう少し詳しく見てみましょう。

温めるだけで食べられる高品質食品

米国の消費者はかつてないほど多忙なようで、冷凍食品に引き付けられることが多くなっています。冷凍食品は、素早く簡単かつ手軽に調理できるだけでなく、ほとんどのファストフードよりも健康的で手ごろな価格でもあるからです。米国の消費者の家計は苦しくなっているものの、風味豊かで高品質の食体験に対する期待が高まっています。この傾向が後押しとなり、マサチューセッツ州に拠点を置くマーサ・スチュワート・キッチン (Martha Stewart Kitchen) がマーキー・ブランズ (Marquee Brands) と提携して発売した冷凍食品の主菜やデザート、前菜、副菜の商品ラインなど、特に有名人が推奨する、こうしたニーズに応えることのできる高級な冷凍ディナーが誕生するに至りました。

P.F.チャン (P.F. Chang) のホームメニュー (Home Menu) ラインからクローガーが春に販売開始したウェンディーズ (Wendy's) のバーガーパテに至るまで、配達料金なしで家庭にレストランのような上質な体験を提供する、レストランとのコラボ商品も支持を得ています。

気軽に楽しめるミニサイズと一口サイズ

最近、一口サイズのスナックや前菜も人気が高まっており、サカーナによると、消費量は前年比31%増加し、年間売上高は24億ドルに達しています。ただし、その人気は世代によって異なっており、Z世代やミレニアル世代といった若年層では、高齢の世代よりもミニサイズのスナックを購入する傾向が強くなっています。

塩味系の食品が、このカテゴリーの消費量のほとんどを占めており、36%の成長率を示しています。これは、ベルトーリ (Bertolli) の「アランチーニ・ブレッディド・ボールズ (Arancini Breaded Risotto Balls)」や「トーステッド・ラビオリ (Toasted Ravioli)」などの冷凍食品に反映されています。このトレンドは、朝食時間帯にも拡大しており、ミニドーナツやエッグバイトといった冷凍商品も顕著な成長を見せています。

健康に良い甘いもの

今日の消費者の多くは、健康とウェルネスを重視していますが、それはデザートを見送る意思があるという意味ではありません。それどころか、消費者は、血糖値が急に下がらないスイーツなど、両方のいいとこ取りを求めており、食品会社はまさにそういった食品を提供しています。

テキサス州オースティンに拠点を置くグッドポップ (GoodPop) は、40カロリーのオーガニックミニアイスクリームポップを提供しており、他のブランド企業も、ケトフレンドリーやGLP-1薬に対応した商品、コラーゲンやアダプトゲンなどの「機能性」成分を配合したフローズンデザートで、フローズンスイーツ売り場を占領しています。フルーツを前面に押し出したソルベやオーツミルク餅のような植物由来食品も活況を呈しています。

世界の食品から着想を得たストリートフード

米国では、こここのところしばらく国際的な風味がトレンドになっていますが、冷凍形式のストリートフードが特に勢いを増しており、これは過去2年間における26%というこのカテゴリーの目覚ましい成長率と5億4,350万ドルの売上高に反映されています。サカーナのデータによると、最も成長率の高い世界トップ5ストリートフードは、包子 (+583%)、タコス (+54%)、サモサ (+32%)、エンパナーダ (+31%)、餃子 (+18%) となっています。とりわけZ世代を中心とした若い消費者は、特にこういった商品に魅力を感じており、若年世代では世界の食品から着想を得たストリートフードを購入する確率が高齢世代よりも24%高くなっています。興味深いイノベーションとしては、アヨ・フーズ (Ayo Foods) の急速冷凍された西アフリカ風ジョロフライスや、スーキー (Sukhi) のチャツネ小袋入りパンジャブ風サモサなどが挙げられます。

より健康的に楽しめる、海外旅行気分を味わえるような高品質食品が次々と登場したおかげで、冷凍食品が「テレビディナー」という固定観念を乗り越えたことは明らかであり、このトレンドはこれからも続くことが見込まれます。

米国中西部・北東部の特徴





ブルックリン・キュアード(Brooklyn Cured)

ニューヨーク州ブルックリン

ブルックリン・キュアードの風味の特徴は、世界中からの勤勉な人々を魅了してきたブルックリン近辺の文化的な多様性と食の歴史に着想を得ています。当社は、地元のファーマーズマーケットで肉を販売することから始まり、今では全米の大手食料品店で製品を購入いただけるまでになりました。誰もが食卓を囲んでシャルキュトリを楽しめるように期待を込めながら、「スモークト・ビーフ・サラミ (Smoked Beef Salami)」、「タスカン・レッド・ワイン・ビーフ・サラミ (Tuscan Red Wine Beef Salami)」、「ビーフ・ブレザオラ (Beef Bresaola)」をはじめとしたユニークで多様な製品を生産しています。

家族の物語や大切な思い出、あるいは文化的なつながりを通じて、ブルックリンの影響は全米に及んでいます。当社の加工肉は、こうした伝統と共同体の精神で作られているため、故郷ブルックリンの料理の多様性に敬意を払った風味を楽しんでいただけます。



チョワーマ・カンパニー (Chowarma Company)

ミシガン州ウエストブルームフィールド

チョワーマ・カンパニーは、持ち運びに便利で最高においしいフレッシュミールのメーカーです。食料品店やコンビニエンスストアは、当社の温めるだけで食べられる、地中海風シャワルマやケバブ、その他のおいしい本格的なイタリア料理、アジア料理、メキシコ料理で、品揃えに斬新さをプラスすることで、お客様に大きな価値を提供できます。これらの料理は、添加物や保存料を一切使用しておらず、健康にも配慮しています。注文を受けてから作り冷凍しているため、新鮮さが閉じ込められています。

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。



フォーチュン・フェイバーズ (Fortune Favors, LLC)

ウィスコンシン州コテージグローブ

フォーチュン・フェイバーズ：手作りの砂糖漬けピーカンが世界のスナックの概念を変える フォーチュン・フェイバーズは、世界的に高まる罪悪感のない高級スナックへの需要に応えながら、職人の技巧を凝らした砂糖漬けピーカンで、手作りのスナック業界に変革をもたらしています。当社の革新的な調理手法により、米国産ピーカンの自然の豊かさを最大限に引き出すことで、50%以上の糖分を含むことが多い従来の砂糖漬け商品を大幅に下回る糖分がわずか7%の菓子を実現しました。

「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)」の4つの定番フレーバーは、国際的な風味の嗜好に訴求すると同時に、わずか4~6種類の素材のみを使用したシンプルなレシピを守り抜いています。すべての商品がヴィーガン対応、グルテンフリー、100%植物由来原料であり、世界中の消費者層が求める重要な栄養ニーズに応えています。

米国の2,500店舗以上の小売店に展開し、2018年以降100%の年間収益成長率を達成し続けているフォーチュン・フェイバーズは、市場に確かな需要が存在していることを実証しています。ウィスコンシン州の製造拠点が、揺るぎない製品品質と物流の信頼性を保証する一方で、高級市場におけるポジショニングを図ることによって、175億ドル規模の世界的な高級スペシャルティナッツ産業に参入しています。当社は、海外の販売会社がこの優れた製品セグメントから利益を得られるよう、共同梱包サービス、適応性のある包装ソリューション、販促リソースを特徴とする包括的な国際展開支援を提供しています。



ハー・フーズ (Herr Foods Inc.)

ペンシルベニア州ノッティンガム

スナック食品業界で高く評価されたリーダーであるハー・フーズは、ペンシルベニア州ノッティンガムに拠点を置いています。家族経営の当社は、79年前にペンシルベニア州ランカスターで創業し、今では1,500人以上の従業員を抱えています。当社の高品質スナックの輸出向けラインは、ポテトチップス、トルティーヤチップス、チーズカールを含む、40種以上の商品で構成されています。これらの製品は50か国以上に輸出されています。当社のすべてのスナック食品ラインは、競争力のある価格設定と魅力的なパッケージを提供します。

輸出部門の目的は、販売パートナーにさまざまなおいしいスナック製品を提供し、互いに純利益を増加させることです。ハー・フーズの輸出製品ラインは、当社のベストセラーのスナック食品を基盤としています。これに、チーズディップやサルサなど、輸出を成功させるために厳選したユニークな製品が加わります。



グローバル・ブランド・アンド・ エクスポート・ディベロプメント (Global Brand and Export Development, LLC)

イリノイ州ネイパービル

創業者のストーリー - 2013年、ローレン・マリエルの母親が希少乳がんと診断された時、ローレンの人生は一変しました。気持ちのほけ口を探していた彼女は、父親の助けを借りて500平方フィートのキッチンを建設し、そこから「ライブ・ラブ・ポップ!™ (LIVE LOVE POP!)」が誕生しました。喜びと愛を広めるという個人的なミッションとして始めたこの取り組みは、今ではナショナルブランドに成長しました。7種類のポップコーンフレーバーはそれぞれ異なる非営利団体を支援しています。例えば、「トリュフ・ソルト (Truffle Salt)」フレーバーは、今では寛解期にあるローレンの母親をたたえて、乳がんの研究に資金を提供しています。

当社のポップコーンは、ローレンの母親が教えたレシピどおり、少量で手作りされており、ユニークで特徴的な風味を生み出しています。我々が実現したことを誇りに思っている、1カップ当たりわずか50カロリーという低カロリーでありながらおいしいスナックは、非遺伝子組み換え原料 (non-GMO)、グルテンフリー、ヴィーガン対応、コーシャ認証を取得しています。WBENC認証を取得した女性経営企業として、品質、思いやり、社会還元に取り組んでいます。一袋ごとに愛と希望を広げる、当社の無私無欲のスナックの旅に参加してください!



クラインズ・コーシャ・アイス・クリーム (Klein's Kosher Ice Cream)

ニューヨーク州ブルックリン

クラインズの乳製品不使用のカップアイスクリームは、罪悪感のない乳製品不使用のフローズンスイーツを求める人のための究極のデザートとして注目されています。風味と品質にこだわって作られているこのアイスクリームは、従来の乳製品を使用したアイスクリームに引けを取らない、濃厚かつクリーミーな舌触りが特長です。クラインズのアイスクリームが他の商品と一線を画しているのは、厳選した植物由来の高品質原料を使用して、食事の嗜好性を損なうことなくおいしさを実現していることです。クラインズの乳製品不使用のアイスクリームは、「ナポリタン (Neapolitan)」、「バニラ (Vanilla)」、「バニラ・チョコレート (Vanilla Chocolate)」、「バニラ・ファッジ (Vanilla Fudge)」、「クッキー & クリーム (Cookies 'n Cream)」、「コーヒー・ロイヤル (Coffee Royal)」、「ミント・チップ (Mint Chip)」、「キャラメル・ファッジ (Caramel Fudge)」、「クッキー・ドウ (Cookie Dough)」の9種類のフレーバーで展開しています。さらに、クラインズは、コーシャ対応アイスクリーム、氷菓、シャーベットを取りそろえているほか、乳製品使用、乳製品不使用/ヴィーガン対応、無糖、天然原料100%、糖類無添加、ナッツ不使用、低脂肪、グルテンフリーなどの商品も扱っています。クラインズでは、あらゆる食事の要件にお応えし、どなたも同じように楽しむことができるよう尽力しています。 Koshericecream.com



ヘルス・ガーデン・オブ・NY (Health Garden of NY Inc.)

ニュージャージー州バタースン

今日、ヘルス・ガーデン・オブ・NYは、non-GMO、グルテンフリー、コーシャ認証、低血糖甘味料および調味料をフルラインで提供している唯一の企業です。ヘルス・ガーデン・オブ・NYの製品は人工化学物質や添加物を一切使用していません。ただし、重大な副作用が1つあります。それは抑え切れない笑顔です。

当社のミッション - ヘルス・ガーデン・オブ・NYは、健康的なライフスタイルと前向きな人生観は密接に関連していると考えています。実際に、お客様の幸せが当社の最優先事項であり、最高品質の100%天然、低グリセミック甘味料のみを提供しているのはそのためです。



リーラノー・セラーズ (Leelanau Cellars)

ミシガン州ノースポート

魔女の醸造物「ウィッチズ・ブリュー」リーラノー・セラーズは、50年以上にわたってミシガン州北部で受賞歴のある手ごころな価格のワインを生産してきました。家族経営のワイナリーは、品質、価値、季節限定商品で知られている、中西部最大級のワイナリーに成長しました。

人気のワイン「ウィッチズ・ブリュー (Witches Brew)」は、米国で愛されている香辛料入りのホットワインになりました。この秋の定番商品は、シナモン、ナツメグ、ジンジャーの温かい香りで満ちており、冷やしても、温めても、あるいは悪魔的なまでに熱くしても楽しむことができます。秋の集まりや心地よい夜をはじめとしたあらゆる場面に必須の商品です。

全米で愛されている「ウィッチズ・ブリュー」は現在、43州で販売されており、昨秋にターゲットとトレーダー・ジョーズ (Trader Joe's) が全米の店舗で取り扱いを開始した後、さらに躍進しています。濃厚な風味、お祝い気分を演出する華やかさ、そして熱心な愛好者によって、「ウィッチズ・ブリュー」の人気は年々高まり続けています。

ファーム・フレッシュ・バブリーズ 過去6年間、ファーム・フレッシュ・ワイン・カンパニー (Farm Fresh Wine Company) は、旬を味わう100%天然フルーツワインの生産に尽力し、その努力が功を奏して、着実に熱心な愛好者を増やしてきました。高品質な原料と親しみやすい甘さを重視することで、楽しく風味豊かで、そのルーツに忠実な商品を求める消費者の間で人気が高まっています。

このブランドで最も人気のある商品の1つが「ファーム・フレッシュ・バブリー・モスカート (Farm Fresh Bubbly Moscato)」ラインです。モスカートワインと本物の果物をブレンドしたこの軽いスパークリングワインは、「ラズベリー (Raspberry)」、「ブルーベリー (Blueberry)」、「ブラックベリー (Blackberry)」、「ピーチ (Peach)」の4つのフレーバーで展開しています。これらの他にも、便利な缶入りも展開しており、ピクニックやテールゲートパーティー、庭先での食事会など、屋外での楽しみにも最適です。



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ャンパーズバーグ

ペンシルベニア州チャンパーズ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ブレッドやパンを製造してきました。マーティン家は、昔ながらのレシピを用い、全米のみならず世界中の何百万もの人々から愛される格別のパンをお届けしています。マーティン家は、高タンパクで無漂白の小麦粉、牛乳、ジャガイモ、バター、不純物のないサトウキビ糖など、最高品質の原料を使用し、優れた商品作りに重点を置いています。それら的高级原料が、枕のように柔らかい食感や、バターたっぷりの甘さを生み出し、甘みのあるおいしいサンドイッチや食事を引き立てます。詳しい情報は、<https://foodservice.potatorolls.com/> をご覧ください。



ナティ・ナチュラルズ (Natty Naturals)

ニュージャージー州パターソン

ナチュラル・クレービングス (Natural Cravings) では、毎日のスナックを楽しく、おいしく、忘れられないものに変えようとして取り組んでいます。当社のミッションはシンプルです。高品質で革新的なスナックを手ごろな価格で提供し、お客様の味覚を刺激して何度も購入してもらえるような商品を作ることです。多様な商品とパッケージで、スナックを冒険気分味わえます。当社の商品には人工着色料や合成添加物は一切使用していません。

他社の商品と違うところは？それは、濃厚な風味、創造的なアイデア、商品棚で目を引くパッケージです。トレンドを先取りして、見た目がすばらしく、さらには味にも優れているおやつを創り出しています。ナチュラル・クレービングスでは、単なるスナックではなく、一口ごとに喜びを感じられるスナックを提供しています。

当社のヨーグルト・カバード・プレッツェル・コレクション (Yogurt Covered Pretzel Collection) は、クリーミーな甘さとサクサクとした食感で手が止まらなくなるスナックです。「ココナッツ・クレーム (Coconut Creme)」、「ブルーベリー (Blueberry)」、「ストロベリー (Strawberry)」、「オレンジ・クリームシクル (Orange Creamsicle)」、「キー・ライム (Key Lime)」、「ラズベリー (Raspberry)」、「レモン・クレーム (Lemon Creme)」、そして定番の「ヨーグルト (Yogurt)」のフレーバーで展開しています。どのフレーバーも、ナチュラル・クレービングスが誇る品質で作られており、時代を超えたおやつに遊び心が加えられています。



ライチャス・フェロン (Righteous Felon LLC)

ペンシルベニア州エクストン

ライチャス・フェロンは、反骨精神のある急成長中の高級ミートスナックのブランドで、濃厚で食欲をそそる風味とクリーンラベルの高タンパク製品で、健康に良いスナックカテゴリーの概念を覆しています。クラフトビールブームから着想を得たライチャス・フェロンは、料理の創造性とユーモアの利いたストーリーを組み合わせて、今日の健康志向の消費者の共感を得られる100%天然ビーフ、ポーク、ターキーのスナックを提供しています。急速に拡大する複数チャネルを活用した展開と、コストコ (Costco)、アマゾン (Amazon)、トラクター・サプライ (Tractor Supply)、ジャイアント (Giant) を含む1万店舗以上の小売店を基盤として、ライチャス・フェロンは職人のルーツを守りながら、全国展開を進めています。ライチャス・フェロンの主力商品であるジャッキー、ミートスティック、ビルトングは、米国で調達した抗生物質不使用の肉から作られており、競合製品の2倍の風味で味付けしています。極めて忠実な顧客基盤とクラス最高のリピート率に支えられ、ライチャス・フェロンは商品棚を確保するだけでなく、健康、ユーモア、精力的な活動を並立させながら潮流を生み出しています。



ルート66・インターナショナル (Route66 International, Inc.)

ニュージャージー州ハッケンサック

2016年以来、ルート66・インターナショナルは、レストラン、シェフ、フードサービス専門家にとって信頼されるサプライヤーとなっています。イノベーション志向のマイノリティ経営企業として、多様なグローバル市場のニーズに応えるために、高品質で健康志向の食材を専門に扱っています。米国にある最先端の生産工場が、すべてのバッチで一貫した品質、鮮度、風味を確実にしています。

当社の「シーウィード・トッピング・ウィズ・アーモンド (Seaweed Topping with Almonds)」は、香ばしく炒った海藻とカリカリのローストアーモンド、ごま、砂糖、塩を組み合わせた商品で、風味と食感を一瞬で格上げします。アーモンドがほのかなナッツの風味を加え、ごまがマイルドな香ばしさをもたらす、海藻が自然のうま味を与えて、どんな料理も風味を高めて引き立てます。便利なダブルオープンの135g入りボトルに収容されており、少量をふりかけるか、たっぷりの量で味付けするかを使い分けすることができるため、丼物、サラダ、麺類、巻き寿司などに最適です。ヴィーガン対応、グルテンフリー、グルタミン酸ナトリウム (MSG) や人工添加物は一切使用していません。手間を最小限に抑え、風味を最大限に引き出し、幅広いメニューに応用できる、高品質の調合済み調味料を求める国際的なキッチンに最適なふりかけ風のトッピングです。



シンプリー・オーガニック・メープル (Simply Organic Maple)

バーモント州ウォータービル

米国で世界に向けて生産されている純粋なバーモント州産メープル
二酸化炭素排出ゼロ - 単一産地で混ぜ物ゼロ

シンプリー・オーガニック・メープル™は、バーモント州北部で家族経営している400エーカーの農場で17,000本のメープルを栽培し、単一産地の世界最高級メープルシロップを生産しています。当社は国際市場にのみ販売しており、グローバルな販売パートナーの強化と支援に集中して資源を投じています。

シンプリー・オーガニック・メープル™は、シロップだけでなく、メープルキャンディ、メープルクリーム、メープルグラニュールシュガーも提供しています。二酸化炭素排出ゼロで生産されており、カーボンニュートラル基準の一步先を歩んでいます。フレキシブルボトルの包装により、世界中の販売業者、高級小売店、スペシャルティフード市場の信頼できるパートナーとなっています。世界が味わうバーモント州産の純粋メープルシロップの市場を再生します。

www.simplyorganicmaple.com



US グリーنز (US Greens, LLC)

カンザス州ランド

US グリーنزは、3代目が経営する家族経営企業であり、70年以上にわたって高品質の野菜を生産しています。アルファルファ、大麦若葉、ブロッコリー、フダンソウ、ケール、オートグラス、ウィートグラスを栽培し、それらの粉末を製造しています。当社の高品質のホールリーフ野菜はすべて、カンザス州のオーガニック認証を取得した畑で栽培されています。

US グリーنزの製品は、オーガニック認証、グルテンフリー認証、non-GMO プロジェクト認証、コーシャ認証を取得しています。これらの野菜は、スポーツおよび栄養補助食品、プロテインバー、スムージー、ジュース、パスタなどに使用されています。さらに詳しい情報や価格、サンプルについては、アレン・レバイン (Allen Levine) (allen@USGreens.net) またはマリサ・フォード (Marisa Ford) (marisa@USGreens.net) までお問い合わせください。 USGreens.net

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。



バリュー・ホールセール (Value Wholesale) の プリファード・プロダクツ・ブランド (Prefer Products Brands)

ミシガン州オークパーク

バリュー・ホールセールが提供する高級プライベートブランドであるロイヤル・ファイン・フーズ (Royal Fine Foods) で、本格的な地中海料理の味を楽しんでください。濃厚な食用油や香り高いスパイスから風味豊かなチーズやタヒニ、スイーツに至るまで、ロイヤル・ファイン・フーズは品質と伝統をあらゆる食卓にお届けします。当社の豊富な製品ラインには、トマトペースト、豆、ピネガー、パン粉などの必需品も含まれており、おいしくて健康に良い食事作りに最適です。ミシガン州デトロイト都市圏に拠点を置くバリュー・ホールセールは、効率的なグローバル販売と卓越したサービスを小売業者に提供しています。商品棚に並べる準備はできていますか? www.ValueWholesale.com でアカウントを作成すると今日から注文できます。



グレース・ライアン・オーガニクス (Grace Ryan Organics) のストゥルースリ (Struesli)

コネチカット州ニュータウン

ストゥルースリは、クリーンで現代風の工夫を取り入れて、グラノーラカテゴリーの概念を覆っています。食事制限のあるお客様のために、穀物不使用で栄養たっぷりの選択肢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たストゥルースリは、オート麦、砂糖、充填剤不使用で、シンプルなオーガニック原料のみで作られています。その特徴は、腸に優しいタイガーナッツと高品質のナッツおよびシードを使用している点です。9オンスと2ポンドのサイズで、3種類のブレンドをお買い求めいただけます。

ストゥルースリは、天然由来のヴィーガン食品で、パレオフレンドリー、グルテンフリーでもあるため、健康に良い朝食やスナックを求めているより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、サラダにトッピングしても、そのまま食べても楽しめる商品です。コネチカット州ニュータウンに拠点を置くストゥルースリは、戦略的な小売パートナーシップと輸出機会を通じて、さらなる成長を目指します。ウェルネスの条件をすべて満たす高級グラノーラ代替品を探しているなら、注目すべきブランドはストゥルースリです。

<https://struesli.com/>

ニュース短信

ハリス・ポール (Harris Poll) の新しいレポートによると、米国人の72%が関税について心配しており、1月中旬から11%増加。さらに、回答者の60%が関税により価格が高騰すると予想しており、66%が共感を示しているブランドから購入することが多いと回答しています。

Z世代にとって、**飲食は多感覚経験**。また、食感はいわゆる味わいと同等くらい重要であり、楽しい双方向の体験をもたらしています。

ビッグ・チョーク (Big Chalk) のレポートによると、**GLP-1治療により、近い将来、米国の販売量が1.2~2.9%減少する可能性**。国内の消費者のおよそ11.2%が現在、GLP-1薬を服用しており、さらに8.3%が今後12か月以内にGLP-1治療を開始することを検討していることが分かりました。

新しい調査で、消費者は、単体の形ではなくパンケーキなどの**なじみのある料理に取り入れられれば、植物性卵を試しても良いと回答していることが明らかに**。ベジコノミスト (Vegconomist) によると、味や食感に対する懸念は残るものの、過去のポジティブな体験が購入意欲を高める可能性があります。

ミケロブ・ウルトラ (Michelob Ultra) は、ビールを週末にだけ楽しむだけでなく、**ライフスタイルの選択肢として売り出したことで、ウェルネス志向の愛飲家を魅了**。この低カロリーで体に優しいというアピールは、時代の変化に適応しようと奮闘するビールブランドにとって、格好の戦略モデルとなっています。

2025年は予算を気にする消費者が増えているにもかかわらず、**心が満たされると感じる買い物であれば多くの消費者が依然として出費をいとわない傾向**。オプティマム・リテリング (Optimum Retailing) の調査によると、消費者の72%が過去1か月以内に店頭で予定外の衝動買いをしていたことが分かりました。

Z世代とミレニアル世代が「サマーウィーン」に夢中。早くも季節のキャンディ販売やハロウィーンをテーマにしたイベントを盛り上げる。この文化的なイベントを利用したブランド企業が、独創的なキャンペーンと共有可能な体験で注目を集めています。

ヤマブシタケやコラーゲンなどを加えた**機能性チョコレートが台頭**。チョコレートが古くから健康に良いとされてきた歴史を踏まえ、メーカーは、機能性成分を目立たせないような風味を開発しています。これにより消費者が、贅品ではなく健康のためとして購入するようになることを期待しています。

ソースの形で試してみたい食品・飲料をZ世代に尋ねたところ、**調査回答者の10%が炭酸飲料と回答**。一部の回答者はブランド名を答え、その他の回答者は風味の特徴を回答しました。

「不況時向けの『アペロール (Aperol)』スピリッツ」で知られている**スパゲット (Spaghetti) が夏のアルコールになる可能性**。ミラー・ハイ・ライフ (Miller High Life) をブレンドに取り入れることで、従来のカクテルの安価な代替品を提供しています。ビジネス・インサイダー (Business Insider) によると、ビールカクテルに関する検索が、2025年上半期には前年比65%増となり、2022年から1000%増加したことが明らかになりました。



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.