

FOOD EXPORT ASSOCIATION OF THE MIDWEST USA AND FOOD EXPORT USA - NORTHEAST

U.S. Foodlink

Connecting Midwest and Northeast U.S. Food Suppliers with Worldwide Buyers



食の未来 グローバル化する 米国の食品・飲料トレンドトップ3

米国サプライヤーと
輸出対応商品の特集

米国消費者の変化が 世界中の食の未来を形成

米国の食品を取り巻く環境は、異常気象、食品価格の高騰、GLP-1受容体作動薬（肥満症治療薬）の服用増加、MAHA（Make America Healthy Again：米国を再び健康にする）運動など、さまざまな問題が重なり、ここ数年で劇的に変化しました。

それらに伴う消費者の優先事項や行動パターンの変化は、以下の3つのトレンドの基盤となっており、2026年以降の国際市場に影響を及ぼすものと予想されます。

1. GLP-1受容体作動薬が消費パターンをさらに変える

2025年は、GLP-1受容体作動薬の服用を開始または継続する米国消費者がますます増加し、その影響が食品・飲料セクターに波及しました。サカーナ（Circana）の最新データによると、米国の全世帯の23%が現在GLP-1受容体作動薬を服用しており、この割合は2030年までに35%に増加すると予測されています。

それでは、この薬を服用している米国人はどのような食品・飲料を求めているのでしょうか。



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org



グローバル化する 米国の食品・飲料トレンドトップ3 続き

第一に、そうした消費者は、小容量であることに加えて、低糖かつ低炭水化物でありながら、食物繊維とタンパク質を多く含む商品を探求しています。また、薬に頼ることなく、卵、ナッツ、豆、ヘルシーな油、全粒穀物など、体内のGLP-1レベルを自然に高めるとされている食品・飲料も求められています。

近年、食品・飲料セクターでは、コナグラ・ブランドズ(Conagra Brands)やネスレ(Nestle)などが製造している「GLP-1フレンドリー」と表示された商品が増加しており、プロテイン／食物繊維パウダー、グミ、ショット、カプセル、スムージー、温めるだけで食べられる冷凍食品といった形態で提供されています。一方で、食品・飲料業界では、近い将来に表示規制が強化されるという話もあるため、「GLP-1フレンドリー」は「天然」に続く次のトレンドとなる可能性が高まっています。

GLP-1受容体作動薬は、アルコールに対する欲求や摂取量を減少させることが明らかになっており、米国のアルコール摂取量低下を促進させています。実際に、GLP-1受容体作動薬はアルコール依存治療の適応外使用としても処方されています。

2. クリーンラベルの優先度の高まり

「クリーンラベル」という言葉の意味は人によって異なりますが、近年は単に「人工原材料不使用」というだけでなく、加工方法、原材料調達、質、持続可能性、透明性といった特性も含まれるようになりました。米国消費者は、原材料名に何が記載されているかに加えて、それらの原材料がどのように栽培され加工されたか、従来使用されてきた原材料が本当に安全かどうかについても疑問を持ち始めています。

最近の調査で、多くの食品・飲料商品開発者にとってクリーンラベルの改善が最優先事項となっていることが明らかになりました。フード・ビジネス・ニュース(Food Business News)が実施した調査では、回答者の64%がクリーンラベルを最優先事項として挙げており、この割合は前年の58%から増加しています。

クリーンラベルは米国消費者にとっても重要です。アコスタ・グループ(Acosta Group)による別の調査では、買い物客の81%がクリーンラベ

ルの食品の購入は必要であると考えていることが分かりました。これは単なる建前ではなく、イノバ・マーケティング・インサイト(Innova Marketing Insights)の調査によると、消費者のほぼ2人に1人が過去1年間で以前よりも多くの生鮮食品や未加工食品を購入したと回答しています。また、消費者の約30%が加工食品の摂取量を減らしており、27%が体に悪いと認識している商品や原材料の摂取を制限するようにしていることが明らかになりました。

米国人は、人工着色料、保存料、甘味料などの添加物の摂取も制限しており、これにはMAHA運動の影響力の高まりが反映されています。こうしたよりクリーンな原材料への移行は、スナックをはじめとする複数のカテゴリーで顕著になっています。例えば、コネチカット州のポップコーン専門サプライヤーは、オーガニックの非遺伝子組換えポップコーンの製造にココナツ油やアボカド油を使用しており、「クリーンラベル」、「シードオイル不使用」、「最小限の原材料」といった文言をパッケージに表示しています。

また、ニューヨークに本社を置くサプライヤーは、オーガニックかつグルテンフリーの薄いシードクラッカーを、「オーガニックでグルテンフリーの原材料を使用したシンプルなスナック」として位置付けています。クリーンラベルのイノベーションは、コンビニエンスミールセグメントも再形成しています。温めるだけで食べられる食品を製造しているニュージャージー州の企業は、加工を最小限にしたオーガニック原材料にこだわり、スバゲティとミートボールや、グリルチキンと秋食材を使用したオルゾ料理などのコンフォートフードを提供しながらも、透明性と健康志向の配合に対する消費者嗜好にも対応しています。

3. コンフォートフードはさらにノスタルジックに

ミンテル(Mintel)が2026年グローバル食品・飲料予測レポートで「レトロの現代風アレンジ」と呼んだ3つ目のトレンドが、信頼できる実用的な過去の伝統に根差した食品・飲料の分野で台頭しています。ミンテルによると、このトレンドは「消費者の脆弱感や無力感の軽減」を目的としています。

この新しいタイプの懐かしさは、特定の年代や時代に回帰する代わりに、「おばあちゃんの趣味」(ガーデニング、酢漬、サワードウ作りなど)のような安らぎを提供しているほか、代々伝わるブレンドや地域の伝統に根差した商品へのシフトをもたらしています。このような伝統は目新しいものではありませんが、気候変動による混乱、食品価格の変動、持続可能性への関心の高まりといった要因により、米国消費者の支持が拡大することが予想されます。

ミンテルは、季節の穀物や発酵スナックといった定番食品が、特に価格に敏感な市場において、気候変動に対応した、より環境に配慮している選択肢として再定義されると見込んでいます。

このトレンドに沿った食品・飲料商品に関しては、テキサス州の企業が「グラスフェッドビーフ・アンセストラル・ブレンド(Grass-Fed Beef Ancestral Blend)」を発売しており、栄養満点の内臓肉のレシピを現代の食生活に手軽に取り入れるために開発したと述べています。また、フロリダ州に拠点を置く製パン会社は、商品パッケージとマーケティング資料の両方で「職人」の技や「クラシック」な味わいと食感を強調し、競合他社が販売する加工し過ぎた手軽に食べられるパンとの差別化を図っています。

「小ロット」もこのトレンドに関連するキーワードで、米国の小規模企業が多くの商品で素朴さや伝統的な魅力を訴求するために活用する例が増えています。

今後におけるこれらのトレンドの意義

これら3つのトレンドを併せて考えると、消費者が、変化し続ける健康の優先事項や経済的圧力の高まりに対応し、透明性と安定性の向上を求め、米国の食品・飲料分野で起きている幅広い軌道修正が反映されています。これらの変化は一時的な嗜好ではなく、構造的な変化に端を発しているため、商品開発や、米国を越えて広がる消費者の期待事項に影響を及ぼすことが予想されます。米国人がこうした新たな現実に適応し続けていった先の結果が、今後のイノベーションに影響を及ぼす可能性があります。

2026年のフレーバー予想: 米国の郷土料理の台頭



アメリカ料理は一握りの定番料理に集約されがちですが、最も興味深い米国の味のイノベーションは地域レベルで起きています。土地固有のアイデンティティに対する世界的な関心が高まり、小規模製造業者が輸送に適した形態を開発する中、地方独特のスペシャルティ商品が台頭し始めています。

2026年以降にトレンドになることが予想される、米国の郷土料理、フレーバー、食材の例を以下に挙げます。

アメリカンバーベキュー

米国のバーベキュー人気が高まる中、テキサスで人気がある伝統的なブリスケット、カロライナを発祥とするビネガーを利かせたスタイル、カンザスシティが誇るトマトと蜂蜜をベースにしたソースなど、地域のスペシャルティ商品はどれも差別化を促す可能性があります。

ミズーリ州のブルース・ホッグ (Blues Hog) やテキサス州のハンプル・ハウス・フーズ (Humble House Foods) といった手作りソースメーカーは、地域性をうたいつつ、利便性を重視した常温保存可能なラブ、マリネード、そのまま使えるソースでブランドの強力なプレゼンスを確立しています。さらに、フロリダ州のベア&バートンズ (Bear & Burton's) などの製造業者も、海岸地域にインスパイアされたソースを発売しており、バーベキューフレーバーに南米料理やカリブ料理でよく見られるかんきつ類やスパイスの風味を組み合わせています。

北東部のシーフードと海岸地域風のフレーバー

米国北東部の料理と言えば、多くの人は、チャウダー、貝類、海藻、冷水性の魚介類などを思い浮かべます。例えば、メイン州に拠点を置くバー・ハーバー・フーズ (Bar Harbor Foods) は、地域の特徴を反映した、コールドチェーンを必要としない、缶入りチャウダー、ビスク、燻製シーフードを専門としています。

さらに、アカディア・シー・ファームズ (Acadia Sea Farms) をはじめとする小規模な海藻生産者は、スナックや調味料メーカー向けにダルスやケルプなどの品種を展開しており、スープからクラッカーまでさまざまな食品に海岸地域風のフレーバーを取り入れられるようにしています。

米国中西部の穀物と伝統農業

一方で、米国中西部では、ソルガム、大麦、ライ麦、ワイルドライスといった古代穀物への関心が再び高まっており、ベーキングミックス、ポリッジ、スナックなどの原材料としてだけでなく、健康志向のグレインボウルのベースとしても使用されるようになっていきます。

このトレンドを反映している米国ブランドの例として、ミネソタ州のアレクサンドラ (Alexandra) の「ワイルド・ライス (Wild Rice)」やウィスコンシン州のソーンレイ・ファミリー・フーズ (Sohnrey Family Foods) が挙げられ、いずれも地域固有の穀物と地元の魅力を融合させた食材を提供しています。コロラド州に拠点を置くテフォラ (Teffola) は、伝統的なテフと米国中西部産の種子を使用。産地まで特定可能な栄養豊富な商品を求める健康志向の消費者に向けた、グラノーラやクラスターを製造しています。

アメリカ先住民の料理と食材

先住民の食材と味わいも注目を集めており、現在では複数の製造業者がそうした原材料の入手可能性を大幅に拡大しています。その例として、ミネソタ州のレッド・レイク・ネイション・フーズ (Red Lake Nation Foods) は、ワイルドライス、チョークチェリーシロップ、ベリージャムといった食材を供給し、オジブワ文化にまつわる伝統的な料理を提供しています。

バイソンやクランベリーといった先住民の主食を使用したタンカバーで知られているネイティブ・アメリカン・ナチュラル・フーズ (Native American Natural Foods) は、文化遺産を取り入れながら現代のラベル表示要件にも対応した、栄養豊富な商品の開発で成功を収めています。このような商品は、最小限の加工と原産地を重視した原材料が一覧できるクリーンラベルへの関心と要求の高まりにも対応しています。

米国産の地元食材の台頭

米国の郷土料理に加えて、今後数年のうちにトレンドになると予想されている米国の特定地域に由来する食品、食材、フレーバーもあります。その例として、アパラチア地方のソルガムとアップルバター、太平洋岸北西部で栽培されるマリオンベリー、クレオール料理やケイジャン料理のテイストを取り入れたメキシコ湾岸のスパイスブレンド、米国南西部のメスキートとハッチチリの風味のほか、ブランデー風味のミキサーやフィッシュフライ用調味料といった米国中西部の北部におけるサパークラブ (食事と社交を楽しむ伝統的なダイニングスタイル) での定番アイテムが挙げられます。これらの商品は、ソース、スナック、濃縮ベースのカテゴリーに進出しています。

米国の製造業者がパッケージ、調達、拡張性に対する戦略を見直す中、米国の郷土料理は、これまでよりも実現しやすくなっているほか、輸出にも対応しており、奥行きと新しさを付加する機会だけでなく、国際市場の消費者に訴求する伝統、職人技、原産地の明確化といった特性への関心の高まりを活用する機会も創出しています。

米国中西部・北東部の特徴





ベター・バター・グルテン・フリー・フラワー (Better Batter Gluten Free Flour, LLC)

ペンシルベニア州アルトゥーナ

ベター・バター・グルテン・フリー・フラワーは、ブラウニーはしっとりとしていて、クッキーはかみ応えがあり、パンはサンドイッチ作りに十分な大きさであるべきだと考えています。なぜなら、「これぐらいならいい」では不十分だからです。

当社のグルテンフリーミックス粉と、小麦粉と同量で代替できるグルテンフリーフラワーブレンドは、20年以上にわたり世界中のキッチンに常備されており、心がなごむ思い出やうれしい思い出をよみがえらせながら、お気に入りのレシピの再現をお手伝いしてきました。なぜなら、おいしさとは単なる味のことでなく、思い出だからです。

ベター・バター・グルテン・フリー・フラワーのグルテンフリーフラワーとミックス粉を使用すれば、家庭のレシピでも、ベーカリーのベストセラーでも、夜中の間食でも、家庭の味を思い出すことができます。



エルムハースト・ミルクド(Elmhurst Milked LLC)

ニューヨーク州エルマ

ヘンリー・シュワルツ (Henry Schwartz) は、1925年に創業したニューヨーク市最後の酪農場であるエルムハーストを2016年に閉鎖しました。これは容易な決断ではありませんでした。エルムハーストは、ヘンリーの父親と叔父が、手作業で瓶詰めした牛乳を、氷を満載したトラックでクイーンズとブルックリンに配達していた時代から、90年以上にわたって家族で経営していました。乳牛はとうの昔になくなりましたが、名高い伝統が終わりを迎えました。しかし2017年に、エルムハーストは意外にも、革新的な植物性ミルク会社として再生を遂げました。ヘンリーのような熱心な酪農家が、なぜこのような衝撃的な転換を遂げることができたのでしょうか。

ヘンリーは、乳製品の消費量が着実に減少していることと、米国人の食生活が変化していることを懸念しつつも、それらに関心を寄せていました。ますます多くの人が、より健康的な食事を心がけ、植物由来の代替品を取り入れ、環境への影響を意識するようになっていたからです。実のところ、ヘンリー自身もそうでした。

当社の工程は、終始一貫してシンプルで優れています。まず、独自のHydroRelease™製法によって、原材料の穀物、ナッツ、種子をより多く活用することができます。それによって、より少ない原材料で優れた栄養価と味を実現しています。その後、常温保存が可能でリサイクル可能な紙バックに商品を充填します。多くの商品は、料理、コーヒー、スープ、ソースなど、多様な用途に使用されています。



ダッチ・ワッフル・カンパニー (Dutch Waffle Company LLC)

インディアナ州プリマス

ダッチ・ワッフル・カンパニーは、モダンかつ魅力的なアクセントで時代を超える欧州のおやつを再現しています。伝統的なオランダのストローブワッフル（温かいキャラメルを挟んだ薄い黄金色のワッフル）にインスピレーションを受け、本物の原材料と何世代にもわたって伝えられた昔ながらのレシピで、新鮮なワッフルを焼いています。

当社のワッフルは、その新鮮さで他社商品と一線を画しています。当社のワッフルは、工場で製造されているものでも、長期間陳列されているものでもありません。一口目から柔らかく、香り良く、心がなごむ味わいになるよう焼き上げています。それぞれのワッフルが、外側はサクサクで、中は柔らかく、食べるとわずかに溶ける濃厚なキャラメル入りという、完璧なバランスで構成されています。

当社のワッフルは単なるワッフルではなく、特別なひとときをお届けしています。コーヒーと一緒に楽しんでも、家族と分け合っても、お気に入りのお店で初めて見つけた時も、当社のワッフルはいつもの休憩時間をささやかなご褒美タイムに変えてくれます。

ダッチ・ワッフル・カンパニーのストローブワッフルを食べてみれば、多くの人がリピートする理由をご理解いただけるでしょう。一口だけではやめられないおいしさです。



チーズ・マーチャントズ(Cheese Merchants)

イリノイ州バートレット

チーズ・マーチャントズは1998年から、「From Our Family of Cheeses to Yours®」というキャッチフレーズを掲げ、情熱を込めて高級チーズを提供してきました。ハードタイプのイタリアンチーズとスペシャルティチーズの専門知識を、品質、一貫性、顧客サービスに対するこだわりと組み合わせることで、輸出、フードサービス、小売り、食品製造分野の望ましいサプライヤーとして事業を展開しています。ぜひCustomerService@CheeseMerchants.comからお問い合わせください。

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。



GF コーポラティブ (GF Cooperative Inc.) 商号: グレースランド・フルーツ (Graceland Fruit, Inc.)

ミシガン州フランクフォート

グレースランド・フルーツでは、卓越した味わい、食感、色合い、パフォーマンスを業務用食品向けに発揮する、多種多様なドライフルーツ原材料を製造しています。甘酸っぱいウランベリー、酸味の強いモンモランシーチェリー、濃厚な甘みのブルーベリー、ほどよい酸味のリンゴなど、当社のプレミアムドライフルーツは、最盛期に収穫された高品質の生果実を原材料とし、その完全性、栄養価値、鮮やかな色合い、本来の風味を保つために急速冷凍しています。当社独自の浸漬、乾燥、カット技術により、冷凍された新鮮な果実を、さまざまなカット形状とサイズで提供できる高品質のドライフルーツへと仕上げます。この幅広い商品ライン、形状、カット、サイズに加えて、カスタマイズの柔軟性が、業務用途での成功に必要な汎用性とパフォーマンスを提供します。



ジョバンニズ・アペタイジング・フード・プロダクツ (Giovanni's Appetizing Food Products Inc.)

ミシガン州リッチモンド

ジョバンニズ・アペタイジング・フード・プロダクツは、83年以上にわたり高品質の食品製造に専念してきた米国人家族経営企業であり、ミシガン州南東部に拠点を置く米国で唯一のチューブ包装食品メーカーです。当社の「USDA オーガニック・トマト・ペースト (USDA Organic Tomato Paste)」は、お好みの料理に濃厚でコクのあるトマト風味を加えるのに最適です。カリフォルニア産の完熟有機トマトを厳選して加工したトマトペーストは、定番のイタリア料理から食べ応えのあるシチューやスープまで、さまざまな料理に使える汎用性の高い食材です。便利なチューブ入りで、無駄にしたり汚れたりすることなく、使いやすく保存しやすい商品です。さらに、USDAのオーガニック認証を取得しており、有害な化学物質や添加物が含まれていないことが保証されています。ジョバンニズの商品は、すべて米国で加工され、730日間常温保存が可能です。

USDA オーガニック認証取得済み | グルテンフリー | 米国産 |
リサイクル可能なチューブ gioapp.com



ヒーリング・ボトムス (Healing Bottoms Corporation)

イリノイ州シカゴ

ヒーリング・ボトムスは、包括的な視点で事業を展開し、消化器の健康促進を目的として100%天然成分を提供しているプライベートブランドです。当社の「ターメリック・スパイス・ティー (Turmeric Spice Tea)」には薬のような特性があり、「ブラック・ストラップ・モラセス・セラム (Black Strap Molasses Serum)」をはじめとしたすべての商品成分のように、ジンジャーなどのスパイスで天然の香りを加えています！

この古代から伝わるティートニックは、何世紀にもわたって、炎症、痔、過敏性腸症候群、炎症性腸疾患、胃腸の不調、尿路疾患などの症状緩和に用いられてきました。当社のお茶は、作用とバイオアベイラビリティに優れ、吸収を最大化します。独自のターメリックスパイスサプリメント、クルクミン、コリンソニアハーブティーをブレンドしたこの商品は、消化管や血管機能の修復をサポートし、直腸への血流を改善させるとともに、本来の消化管機能を回復させます。

www.healingbottoms.com



ヘルス・エンハnst・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nst・フーズ：栄養で健康管理をサポート

ヘルス・エンハnst・フーズは、人々が健康的な食事をし、より健康な暮らしを送る上で役立つ、栄養価の高いベーキングミックスと小麦粉ブレンドを製造しています。食品は、空腹を満たすだけでなく、体を支え、心を健やかにし、地域社会を大切にすることも大切であるべきだと当社は考えています。

当社のクリーンラベルの小麦粉ブレンドは、実際の健康ニーズをサポートするため、厳選した原材料を使用しています。当社は、グルテンフリーの小麦粉ブレンド、ケトフレンドリーのベーキングミックス、栄養豊富なシリアルに加え、糖尿病、てんかん、腎疾患、鎌状赤血球病、食物過敏症を抱える方々をサポートすることを目的とした専門商品を提供しています。

当社の商品は、使いやすく、常温保存が可能で、米国食品医薬品局 (FDA) の認可を取得済みの工場で製造されています。当社は、小売業者、流通業者、病院、学校、宗教団体、世界各地のバイヤーと誇りを持ってパートナーシップを築いています。

北米から、南米、アフリカ、欧州、アジアに至るまで、ヘルス・エンハnst・フーズは、家庭やさまざまな機関が食品を薬として活用できるようサポートしています。詳細は、www.HealthEnhancedFoods.com をご覧いただくか、WhatsApp: +1-973-452-6940 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対応できるよう、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グローバルな事業展開を目指し、常に新たな市場を開拓しています。J.R. ケリー・カンパニーは、大規模な生産者ネットワークと 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。詳細は、www.jrkelly.com をご覧ください。



ロラン・オイルズ (LorAnn Oils, Inc.)

ミシガン州ランシング

ロラン・オイルズは、60年以上にわたり、高級香料、バニラ、スペシャルティ原材料の製造で信頼を得ている米国メーカーとして、誇りを持って世界中のプロフェッショナルや職人にサービスを提供してきました。当社のプラノグラムプログラムでは、ベストセラーである「スーパー・ストレンクス・フレーバーズ (Super-Strength Flavors)」、「ベーカリー・エマルジョンズ (Bakery Emulsions)」、「バニラ・エキストラクト (Vanilla Extracts)」、「キャンディー・ミックス (Candy Mixes)」、「グミ・ミックス (Gummy Mixes)」を小売りと業務用の陳列のいずれにも適した美しいパッケージで提供しています。

インパクトと効率性を重視したプラノグラムには、イノベーション、秩序、品質、消費者の利便性に対するロラン・オイルズのこだわりが反映されています。当社の商品は、メーカー、流通業者、料理系クリエイターなど誰が使用しても独創性を刺激し、製菓、製パン、飲料、冷菓といったさまざまな用途でレシピの価値を高めます。

100カ国以上のプロフェッショナルや職人が、品質、一貫性、フレーバーの革新性を要因としてロラン・オイルズを選んでいる理由をぜひ知ってください。当社の取扱商品やパートナーシップについての詳細は、www.LorAnnOils.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

1982年から健康志向のクッキーを作り続けてきたマーケット・スクエア・フードの「ハッピー・スナックス (Happy Snacks®)」には、現代の家庭のニーズを満たす、健康に良くおいしいスナックを提供するという当社のこだわりが凝縮されています。

当社のイノベーションは、植物由来で、非遺伝子組換えプロジェクトの認証を取得しているだけでなく、おいしさを損なうことなく、必須ビタミンとミネラルで栄養価を強化した機能性クッキーを他社に先駆けて開発した点にあります。

<http://www.marketsquarefood.com>



メイタグ・デイリー・ファームズ (Maytag Dairy Farms LLC)

アイオワ州ニュートン

「メイタグ・ブルー・チーズ (Maytag Blue Cheese)」は、1941年にフレデリック・メイタグ2世 (Frederick Maytag II) によって作り出されました。現在もアイオワ州ニュートンの熟練のチーズ職人たちは、洞窟熟成や長期熟成に加え、米国の職人技の象徴として長く知られる青と銀のホイールでチーズホイールを手作業で包み上げる工程を通じ、その伝統を守り続けています。

地元産の新鮮なホルスタイン乳を使用した「メイタグ・ブルー・チーズ」は、ほのかな塩味と、濃厚でほろほろとした食感が特徴の、職人による手作りのチーズです。その独特の風味とすっきりとした後味により、米国全土のチーズ愛好家やシェフから支持を得ています。

<https://www.maytagdairyfarms.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。



シャンカー・ディスティラーズ (Shankar Distillers LLC)

ミシガン州トロイ

ミシガン州トロイに拠点を置くシャンカー・ディスティラーズは、伝統、イノベーション、文化的遺産を融合させ、受賞実績を誇るスピリッツを製造しています。当社の主力商品「ヴァルカス・リザーブ102ストレート・バーボン・ウイスキー (Varchas Reserve 102 Straight Bourbon Whiskey)」(102ブルー)は、デトロイトのハイウェイM-102に敬意を表した、6〜8年熟成のシングルバレルで、その深みのある複雑な味わいと複数の金賞受賞歴で知られています。他にも受賞実績を誇るウイスキーとして、「ヴァルカス・スモール・バッチ・ストレート・バーボン・ウイスキー (Varchas Small Batch Straight Bourbon Whiskey)」(90ブルー)があります。この商品は、ライ麦の配合比率が高いマッシュビルを5〜7年熟成しており、キャラメル、ココア、バタースコッチの香りが感じられる滑らかなスパイシーな味わいが特徴です。また、「ヴァルカス・スモール・バッチ・ストレート・ライ・ウイスキー (Varchas Small Batch Straight Rye Whiskey)」(90ブルー)は、ライ麦を95%配合して最大7年熟成しており、芳醇なペッパーの香味と、ドライでスパイシーな後味が特徴です。ミシガン州産のトウモロコシを原料として蒸留した「ヴァルカス・ウオッカ (Varchas Vodka)」(80ブルー)は、キレが良くクリーンな味わいで、ストレートでもカクテルでも幅広く楽しめるウオッカです。「ダサラ・サバリ・ジン (Dasara Savari Gin)」(90ブルー)は、世界各地の12種類のボタニカル原料を使用し、インドの伝統に敬意を表した、シトラス系のアクセントが特徴のジンです。すべてのスピリッツは、五大湖の新鮮な水でアルコール度数を調整し、品質、個性、文化の融合を反映して造られています。



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

世界に向けて作られた米国バーモント州産ピュアメープルシロップ

炭素排出量ゼロで生産、シングルオリジン、ブレンドなし

バーモント州北部で家族経営の農園を営むシンプリー・オーガニック・メープルでは、400エーカーの土地に1万7,000本のカエデを栽培し、シングルオリジン(単一産地)の世界最高級オーガニックメープルシロップを生産しています。当社は、国際市場向けにのみ販売しており、世界中の流通パートナーの強化・支援に重点を置いてリソースを投じています。

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、炭素排出量ゼロで生産されたメープルキャンディー、メープルクリーム、メープルグラニュー糖も提供しており、カーボニュートラル基準への対応をサポートします。柔軟なボトルングとパッケージのオプションにより、世界中の流通業者、グルメ小売業者、スペシャルティフード市場から信頼され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ピュアメープルシロップの市場に活気を取り戻します。
www.simplyorganicmaple.com



クランチマスター／THフーズ (Crunchmaster / TH Foods, Inc.)

イリノイ州ラズパーク

クランチマスターは、消費者が信頼を寄せる健康志向のシンプルな原材料を使用したグルテンフリースナックのリーディングブランドです。揚げずに焼き上げた当社のクラッカーは、玄米、ゴマ、キヌアといった健康に良い穀物を使用しており、シードオイルや人工原材料を使用せずに、しっかりとした風味と満足感のある食感を実現しています。

消費者がクリーンラベルでグルテンフリーの植物由来スナックを求め続ける中、クランチマスターは、おいしさ、食感、品質のバランスが優れた商品により、健康志向クラッカーのカテゴリーで際立っています。シンプルな原材料とおいしさに対するこだわりから、当社は進化し続ける消費者の嗜好への対応を目指している小売業者にとって信頼できる選択肢となっています。

多様なフレーバーと形状で商品を提供しているクランチマスターは、スナック売り場での成長と差別化を促し、長年のファンだけでなく新規顧客にも訴求しています。

良質な原材料とスマートなスナックを融合させた商品で貴社のクラッカー売り場の強化を図る方法について、<https://crunchmaster.com/> をご覧ください。



スティッキー・スプーンズ・ジャム (Sticky Spoons Jam, LLC)

ミシガン州ナイルズ

ミシガン州ナイルズに拠点を置くスティッキー・スプーンズ・ジャムは、黒人女性の退役軍人が所有する、少量生産のジャムと保存食品を提供している会社です。当社のミッションは、地元のミシガン州で調達する農産物の独特な風味を生かしたジャムと保存食品を製造・販売することです。当社は、地元農園から調達した果物を95%使用し、ミシガン州の夏の味わいを瓶に封じ込めています。ご家庭で楽しむ場合も、業務用途でも、一貫性のある品質をお届けします。愛情を込めて手作りしているジャムと保存食品の一瓶一瓶がおいしさであふれています。

当社のベストセラー商品である「ブルーベリー・ラベンダー・プリザーブ (Blueberry Lavender Preserve)」は、太陽をたっぷり浴びたミシガン州産ブルーベリーと、地元で栽培された香りの高い手摘みの食用ラベンダーを絶妙に組み合わせています。フレンチトーストの具材や、チアシードとアーモンドを入れたギリシャヨーグルトのトッピングにしたり、レモネードに加えてさわやかな夏の飲み物を楽しんだりするために、常備しておきたい商品です。丁寧に作られた風味豊かなこの商品は、フローラルの香りがする、甘くておいしいジャムです。

米国人が健康的な食事を心がける中、おやつとしてのスナックへの愛着が依然として成長を後押し

特にチョコレート、キャンディー、高タンパク質の塩味のスナックが人気です。Z世代の「ちょっとしたご褒美」文化やアフタヌーンティーの流行も新しい商品開発を促しています。

近頃のオンラインの買い物客が求めているのは、透明性、信頼性、正確な商品情報

写真、レビュー、在庫の有無が、購買に至るかどうかを左右しています。専門家は、明確な説明を提供できるブランド企業がロイヤルティを獲得すると述べています。



2026年のフレーバートrendは「黒」

例として、黒ゴマ、ブラックカラント(カシス)、黒ニンニク、仙草ゼリーなどが挙げられます。この濃色トレンドは、先見性のある食品イノベーターにとっては、高級感の訴求とグローバルなインスピレーションに役立ちます。

SNSとインフルエンサーが発信するトレンドが
昨年の購入の42%に寄与

インピンジ(Impinj)の最新レポートによると、これにより、サプライチェーンのリーダー企業による管理が困難になるほどの需要の急増がもたらされました。



フレーバーサム(FlavorSum)が2026年に注目すべきフレーバートrendを発表
ランキングには、ドラゴンフルーツ、サワーチェリー、スパイシーマンゴーが入っています。同社は、北米消費者の46%が食品・飲料を買い求める際に試したことがないフレーバーを求めていると述べています。

機能性食品の花形としてタンパク質に代わり
食物繊維が台頭

消化管の健康や代謝のサポートに対する需要の増加や、米国全土での食物繊維の深刻な摂取不足に伴い、消費財企業は今後の栄養イノベーションをリードする新たな機会を迎えています。



dsm-firmenichによる2026年の

フレーバー・オブ・ザ・イヤーはフロステッドスターアニス
スターアニス(八角)は、甘草、クローブ、シナモンの香りを併せ持つスパイスで、ベトナム料理のフォーなど、世界の料理でよく用いられています。「フロステッド」とは、ミントなどの食材や先進技術によって清涼感を加えることを意味しています。

12月の米国消費者信頼感指数は53.3へわずかに上昇

ミシガン大学によると、消費者信頼感指数は、インフレへの懸念が緩和されたことで先月の51から上昇しました。ただし、フード・マニュファクチャリング(Food Manufacturing)によると、消費者信頼感指数は年初の水準を依然として大幅に下回っており、価格高騰と長期にわたる関税の影響により全体的な見通しは引き続き不透明です。



明瞭性、利便性、ストーリーテリングを意味するようになった2025年後半のプレミアム化

ブロックチェーン対応パッケージから刺身グレードのサーモンまで、透明性とナラティブを魅力的な体験に変えている高級ブランドが消費者の信頼を獲得しています。

AIエージェントに購入完了を任せることを

いとわない消費者は約30%

コンテンツスクエア(ContentSquare)によると、今や消費者の24%が、検索エンジンをほとんど使用しておらず、他の商品検索方法に移行していると回答しています。

フリーズドライキャンディーのトレンドが引き続き成長

ブランド企業が真空加工を活用し、かみ応えのあるキャンディーを濃厚なフレーバーと新食感を提供するスナックに変えています。BBCニュース(BBC News)によると、ウィスコンシン大学の研究者により、水分を取り除くことで、口の中に広がるような味わいを実現できることが明らかになりました。



FOOD EXPORT-MIDWEST &
FOOD EXPORT-NORTHEAST STAFF

Brendan Wilson
Chief Executive Officer/Executive Director

Michelle Rogowski
Chief Operating Officer/Deputy Director

Teresa Miller
Chief Program & Partnership Officer

Food Export Association of the
Midwest (Food Export-Midwest)

29 North Wacker Drive, Suite 1000
Chicago, IL 60606
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.