

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

## 2026年の米国冷凍食品を席巻する 3つのトレンド

米国サプライヤーと  
輸出対応商品を集集

### 冷凍食品は米国だけで年間売上高 935億ドル規模に成長しているカテゴリー

コナグラ・ブランドズ(Conagra Brands)のレポート「2026年冷凍食品の未来」によると、冷凍食品は米国だけで年間売上高935億ドル規模に成長しているカテゴリーで、世界最大の市場となっています。冷凍食品は、価値感、利便性、健康というしばしば両立が難しい優先事項を兼ね備えているため、米国人に人気の売り場となっています。

食品価格が高騰し続ける中、多くの米国人は、食品や飲料を含めてあらゆるカテゴリーで支出を抑えようとしています。全米冷凍・冷蔵食品協会(National Frozen & Refrigerated Foods Association)の最近の調査では、回答者の78%が食品購入の決断を後押しする最大の要因として価格を挙げています。また、この調査では、米国人の73%が冷凍庫にある食材を使用して手頃でおいしい食事を作れると回答しています。

米国の消費者は、冷凍食品の利便性に特に魅力を感じており、回答者の38%が毎日または数日おきに冷凍食品を消費していることが報告されています。朝食、昼食、夕食、おやつとしての冷凍食品の選択肢は、1人分からファミリーサイズまで、ますます充実しています。また、ヘルス&ウェルネスの目標、特別な食事制限、食物アレルギー、その他の食生活の制約に対応した冷凍食品も増加しています。



[www.foodexport.org](http://www.foodexport.org)

## 2026年の米国冷凍食品を席巻する 3つのトレンド 続き

サカーナ(Circana)の調査では、消費者の約25%が人工添加物や保存料の摂取を減らすよう積極的に取り組んでいると回答しており、食品を冷凍することで風味と鮮度が自然に保たれることから、多くの人が冷凍食品に注目し始めています。



タンパク質や食物繊維が豊富な主菜から、あらゆる場面に適した一口サイズのスナックに至るまで、以下に挙げるトレンドが引き続き勢いを増やすことが予想されます。

### 集まりの場でつまみやすいスナック

2026年には、冷凍食品は平日の夕食を簡単に済ませるためだけのものではなく、冷凍食品は、スナック、つまみ、パーティーに適した、利便性の高い選択肢として位置付けられるようになってきています。一口サイズで手軽に食べられる冷凍食品を米国消費者がますます求める中、ミニミール、温めてすぐ食べられるスナックプレート、片手で食べられる商品、シェアできるファミリーパック、複数人向けの商品が増加傾向にあります。

サカーナのデータによると、一口サイズのスナックと前菜の消費量は前年比31%増となり、年間売上高は24億ドルに達しています。ただし、このような商品の人気は世代によって大きく異なり、Z世代やミレニアル世代などの若年層は高齢者層よりもミニスナックを購入する傾向が著しく高くなっています。

この成長の大部分を占めているのが甘くない食品で、前年比36%増となっています。世界各国の料理にインスパイアされた風味(ミニワンタンやミニエッグロールなどの一口サイズのアジア風食品など)は、大胆でインターナショナルな味わいを便利に試したいと考えている若年層の消費者に強く支持されています。さらに、小売店ではレストラン風の冷凍前菜の売れ行きも好調で、パーティー用や自宅でもてなし用のバラエティーパックに含まれていることが多い、モッツアレラスティック、ローデッドポテトスキン、ハラペーニョポップパー、骨なしチキンピッツといった温めるだけで食べられる商品が人気です。

### GLP-1使用者向けの食品

サカーナによると、現在、米国の全世帯の約23%にウゴービやオゼンピックといったGLP-1受容体作動薬(肥満症治療薬)を服用している家族が1人以上おり、この割合は2030年までに35%に上昇することが予測されています。普及が急拡大する中、GLP-1使用者は、糖分を抑えつつ食物繊維とタンパク質が豊富な、小分けにされた健康志向食品をますます求めるようになっており、冷凍食品がこの需要の多くを満たしています。例えば、ネスレ(Nestle)は、「バイタル・パースト(Vital Pursuit)」ブランドで、GLP-1使用者の食事ニーズに応えられるよう考案されたポーションコントロール食品である14種の冷凍ミールを発売し、「カリフラワー・クラスト・ペパロニ・ピザ(Cauliflower Crust Pepperoni Pizza)」や「エア・フライヤー・ミール・メープル・バルサミック・チキン(Air Fryer Meal Maple Balsamic Chicken)」などのさまざまな商品を提供しています。

GLP-1を使用している消費者に加えて、消化管の健康向上に努めている米国人にとっても、食物繊維は相変わらず優先課題となっています。フルーツはプレバイオティクス繊維の天然源であり、複数の企業が家庭でブレンド可能なパッケージ入り冷凍スムージーブレンドを発売しています。スーパーフルーツの冷凍パック、ドラゴンフルーツキューブ、解凍して食べられるトロピカルフレーバーのスムージーボウルがますます普及しており、健康志向の買い物客に便利で栄養価の高い食品を提供しています。

一方で、求められている栄養素としては依然としてタンパク質がトップとなっています。業界調査によると、タンパク質に関するソーシャルメディアでの言及は過去1年間で21%増加しています。また、冷凍食品は高タンパク食品の主要な食料品カテゴリーであり、高タンパク食品が冷凍食品全体の売上高の約14%を占めています。タンパク質が豊富な冷凍ミールは、一般的に1食当たり25~30gのタンパク質を含んでおり、蒸すだけで食べられる枝豆をはじめとする豆類など、植物性食品からタンパク質を手軽にしっかりと摂取できます。

### 消費者と環境に優しいスイーツ

消費者は一般的に、過去の世代と比べてヘルス&ウェルネスに関するより多くの情報を得ているものの、デザートを味わいたいという気持ちに変わりはなく、環境に配慮した商品ほど望ましいと考えています。アイランド・ウェイ(Island Way)は、標準的な商品パッケージの代わりに、オレンジやパイナップルなどの熱帯フルーツの果肉をくりぬいた天然果皮を容器にしてシャーベットを盛り付けるイノベーションで、そうした需要に答えています。

生分解可能な果皮によって、環境面でのメリットがもたらされるだけでなく、マイクロプラスチックへの暴露も低減されます。この問題は深刻さを増しており、今では太平洋の離れた海域にまで影響を及ぼしています。科学誌であるプロス・ワン(PLOS One)で発表された最近の研究で、太平洋島嶼地域周辺に生息する魚の約3分の1がマイクロプラスチックに汚染されており、人間の健康と地球生態系に深刻なリスクをもたらしていることが明らかになりました。アイランド・ウェイのシャーベットは、遺伝子組換え原材料、保存料、人工香料、合成着色料を一切使用していないため、健康意識の高い消費者に対する重要なセールスポイントになっています。

また、GLP-1使用者は特に、低カロリーで低糖の冷凍スイーツのほか、コラーゲンやアダプトゲンといった機能性成分が配合されたおやつや、オートミルク餅のようなアレルギーフリー食品を求め続けています。

### 冷凍食品の未来

食品価格の高騰は継続しているものの、米国人の消費が衰える兆しは見られず、冷凍ミールや冷凍スナックに対する需要が拡大し続ける傾向にあります。特に、パッケージやマーケティング資料でこれらの食品の価値、利便性、健康メリットを明示しているメーカーや輸入業者は、今後成功を収める可能性が高いと考えられます。



# 成長を続けるプライベートブランド

プライベートブランド(別称「ストアブランド」)の人気は高まり続けており、それらの商品は2026年にさらに成功を収める見込みです。

プライベートブランドはわずか数年間で、価格、品質、そして多くの場合は味の面でも期待に応える、価値を重視したプレミアムな商品へと進化し、「ホワイトラベル」というネガティブなイメージを払拭しました。

このことは、2025年の Ipsos (Ipsos) のデータで裏付けられています。例えば、消費者の74%がプライベートブランド商品はブランド品と変わらないと回答しています。また、49%が買い物の際にプライベートブランド商品を積極的に探していると回答している点も注目に値します。

プライベートブランド製造業者協会(Private Label Manufacturers' Association)の推定によると、2025年の全米の小売店におけるプライベートブランドの総売上高は約2,800億ドルに達し、勢いが顕著な一年となりました。プライベートブランド商品の市場シェアは2030年までに23~25%に達すると予測している専門家もいます。

## タンパク質摂取量の増加

2025年11月にシカゴ都市圏で開催され、入場券が完売となった「Annual Private Label Trade Show」における出展品の主要トレンドの一つが、機能性価値を付加したタンパク質でした。出展企業は、満腹感、代謝の健康、筋肉維持、パフォーマンス回復のために、コラーゲン、食物繊維、クレアチン、ヒアルロン酸を配合した商品を展示していました。

この変化は、GLP-1の使用増加、豊富な栄養価と利便性への関心の高まり、活力維持に役立つと認知されているタンパク質の働き、より健康志向の食品を求め続ける消費者行動と一致しています。

## 胃腸の健康

腸や代謝の健康に加えて、炭酸飲料を機能性飲料カテゴリーとして定着させたポップ(Poppi)やオリポップ(Olipop)といったブランドの台頭によって、胃腸の健康はここ数カ月間でさらに主流のトレンドとなっています。

腸の健康は現在、飲料、スナック、パントリーに常備されている食品にまで広がっており、2026年にプライベートブランドに大きな機会をもたらすと予測される分野です。

## 海外発のスイーツ

ここ数カ月間で最も注目すべきスイーツトレンドの一つは、TikTokで大きな反響を呼び口コミで広がった、ピスタチオ&カダイフのバーにインスパイアされた、ドバイ風チョコレートの台頭です。

小売業者とメーカーは、ドバイ風フレーバーの要素(ピスタチオクリーム、チョコレート、フィロ生地を細切りしたサクサクのカダイフ)をアイスクリーム、パン、菓子、スナックに取り入れ、拡大展開可能なプレミアムスイーツの基盤としての役割を強化させています。

## 超低価格商品と高級プライベートブランドが台頭

現代の消費者は、体験、ご褒美、機能性、職人の技を特徴とする商品にプレミアム価格を支払う意思があることが明らかになっています。

ムード・メディア(Mood Media)のグローバルアカウントマネジメント/マーケティング担当シニアバイスプレジデントであるジェイミー・ベッテンコート(Jaime Bettencourt)氏は次のように述べています。「プライベートブランドによって、トレンドサイクルの加速化、より頻繁な限定商品の発売、消費者需要との緊密な連動を可能にする、柔軟性が得られます。これらはすべて、新たな発見を重視する今日の買い物客の心に響く要素です。」

業界専門家は、特に冷凍食品と調理不要食品カテゴリーで、新興メーカーの業績が向上していると述べています。これらのカテゴリーには、体験を向上させながら魅力的なユニットエコノミクス(顧客1人当たりの収益性)を実現できる、高級かつ高品質な商品があるためです。一方で、イノバ・マーケット・インサイトズ(Innova Market Insights)によると、米国消費者が食品・飲料の品質を評価する基準を尋ねたところ、価格がトップとなり、回答者の57%が主要要因として挙げていました。

このように、超低価格商品と高級商品の両方に今日の市場で成長する余地があり、信頼性と透明性をもってあらゆる所得レベルの消費者とのつながりを深めています。

## 買い物客がプライベートブランドの品質を再定義

プライベートブランドの変化を最もけん引しているのがX世代とベビーブーム世代ですが、長期的な成長を見据え、Z世代やミレニアル世代といった若年層に焦点を合わせることが間違いなく重要です。イノバ・マーケット・インサイトズによると、米国では、若年層の消費者の頻繁な間食のためにプライベートブランドの購入が増加していることがトレンドから明らかになっています。

イノバ・マーケット・インサイトズは、ベーカリー商品に加えて、持ち運びに便利なスナックなど、手軽に食べられて衝動買いを促す作りたての商品を提供するブランドに対し、プライベートブランドカテゴリーの成長可能性を見だしています。

## 米国中西部・北東部の特徴



# Food Exportのブランドプログラムを活用して 輸入規制適合パッケージを実現

パッケージとラベルに関する規制は、米国商品の輸出における重要な留意事項です。しかし、海外市場の要件を満たすには、デザイン、翻訳、コンプライアンス審査、製造工程の調整に多額のコストがかかる可能性があります。米国中西部・北東部食品輸出協会(Food Export – Midwest, Food Export – Northeast)のブランドプログラムを通じて米国のサプライヤーとパートナーシップを締結することで、商品が市場の輸入要件を満たすようにし、経済的負担を軽減できます。

## 輸入業者にとっての重要性

ブランドプログラムの参加企業とパートナーシップを締結することで、以下のことが可能になります。

- ① 新しい米国商品を発売する際の財務リスクを軽減
- ② 輸入規制適合パッケージで市場投入までの時間を短縮
- ③ 米国サプライヤーとの連携を強化
- ④ コスト負担を増やすことなくプロモーションのための投資を増加
- ⑤ 適切にローカライズし市場投入準備の整った商品でポートフォリオを差別化

ブランドプログラムでは、輸入規制適合パッケージやラベルをはじめとして、以下に挙げるものなどの対象となるプロモーション費用の50%を補助します。

- 翻訳サービス
- グラフィックデザイン
- 適合審査
- 印刷版
- パッケージ印刷
- ラベル貼付

貴社のサプライヤーが還付金を受け取ると、貴社もサプライヤーも、パッケージ、ラベル、マーケティング活動に安心して投資できるようになります。

このコスト分担の仕組みによって、貴社と米国サプライヤーの両者が、規制を満たし市場投入準備の整ったパッケージを開発しやすくなります。

ブランドプログラムでは、対象となる費用の50%を補助します。例えば、輸入規制適合パッケージの更新に1万ドルを費やした場合、貴社の米国サプライヤーが還付金として5,000ドルを受け取り、発売コスト全体を削減できるとともに、市場への適応をより実現しやすくなります。



## パートナーシップの仕組み

- 貴社の米国サプライヤーが、Food Exportを通じてブランドプログラムに申請し、承認される必要があります。
- 貴社と米国サプライヤーが、貴社の市場要件に合わせてマーケティングとパッケージの計画を作成します。
- サプライヤーは、それらの費用節約分を貴社に電子送金するか、今後の発注に対する値引きで貴社に還元することを選択できます。

\* 対象商品には、米国産農産物が50%以上含まれており、米国産の表記（「Product of U.S.A.」など）が明示されている必要があります。

\* 貴社は、米国サプライヤーが還付金申請に必要な書類を提出できるように、パッケージとラベルにかかった費用の書類をサプライヤーに提出します。

## ブランドプログラムの対象となる輸入規制適合パッケージ例



カナダの輸入ラベル要件を満たすようデザインし直したパッケージ

日本の規制を満たすよう更新したワインのラベル

エジプトの輸入規格を満たすよう変更した家畜飼料サプリメントのパッケージ

英国の輸入要件を満たすよう追加されたラベル

米国サプライヤーおよびFood Exportとの連携を通じて、商品が市場の規制基準を満たせるようにし、マーケティング投資の最大化を図りましょう。

米国からの食品・農産物の輸入について、詳しくはFood Exportのウェブサイト (<https://www.foodexport.org/import-from-the-us/>) をご覧ください。



[foodexport.org](https://www.foodexport.org)  
[info@foodexport.org](mailto:info@foodexport.org)



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](https://www.foodexport.org/termsandconditions).



## ビアトリス・ベーカリー (Beatrice Bakery Co.)

ネブラスカ州ビアトリス

ビアトリス・ベーカリーは、1964年からネブラスカ州の同じ場所で、米国最高のケーキを焼いています。ビアトリス・ベーカリーが他社と一線を画している点はその人材です。熟練の製菓職人が最高級の原材料を使用してケーキを一つ一つ手作りしています。正確な計量から、混合、ナッツの選別、仕上げに至るまで、あらゆる工程を手作業で行い、入念に管理しています。すべてのケーキを完璧に焼き上げて寝かせ、60年以上にわたってブランドを定義してきた品質と味わいをお届けします。

ビアトリス・ベーカリーは、祖母のオリジナルレシピと同じく愛着のある味わいをさらに改良した「グランマズ・シンプル・ナチュラル・フルーツケーキ (Grandma's Simply Natural Fruitcake)」を、自信を持って提供しています。ブドウ糖果糖液糖を使用していない砂糖漬けフルーツを使用したこのフルーツケーキは、人工着色料、香料、保存料を一切使用しておらず、おいしさを損なわずに、健康に良いクリーンラベル商品を実現しています。

**Biosorb® Product:**  
**FertiGlu™** - Fertilizer Biostimulant with UV Protection  
\*\*\* Organic Certified \*\*\*

**FertiGlu™ in Grapes**

- Reduces sun damage, UV protector
- Maintains BRIX and plumpness of fruit

With FertiGlu™      Without FertiGlu™

**FertiGlu™ in Apple Production**

- Reduces sun damage in fruit
- Improves stoma transpiration in high temperature
- Maintains healthy photosynthesis
- Does not leave residue, such as kaolin clay products

www.Biosorb-Inc.com

## バイオソープ (Biosorb, Inc.)

ミズーリ州セントピーターズ

「ファティグル (FertiGlu™)」は、天然の付着特性を有する微量栄養素を含む肥料用バイオスティミュラント (生物刺激剤) で、果樹、野菜、芝生、土壌、その他の植物への葉面散布剤として使用されます。穀物由来の商品であるため、持続的な放出を高め、流出を抑え、紫外線保護と耐候性を実現しています。

オーガニック認証 | 施肥補完商品 | 化学・生物農薬物質と併用可 | 界面活性剤 (石けん) 不使用 | 肥料・養分施用時の作物ストレスを軽減 | 耐雨性 / 耐候性で流出・飛散を最小化

www.Biosorb-Inc.com | www.YouTube.com@Biosorb

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。



## シャレー・チーズ・コーポラティブ (Chalet Cheese Cooperative)

ウィスコンシン州モンロー

1885年に5人の酪農家が創業したシャレー・チーズ・コーポラティブは、米国最古の酪農協同組合の一つとして成長を続けています。酪農協同組合として、地元農場の牛乳を集め、受賞実績を誇るチーズを製造しています。当組合のチーズ工場は、工場に牛乳を供給する酪農家組合員によって所有されています。

シャレー・チーズ・コーポラティブは、ゴーダチーズとバルメザンチーズを革新的にブレンドした「アルペナロ (Alpenaro™)」など、ユニークな職人技による手作りチーズの製造で知られています。その独特の味わいは、ナッツの香ばしさが感じられる塩味と滑らかな食感が特徴です。

シャルキュトリーボードに加えても、定番料理に新しいアレンジとして混ぜても楽しめます。プロシュート、トマト、バジル、オリーブオイルを乗せたフラットブレッドの上に、溶かした「アルペナロ」をかけ、メルローやファームハウス・エールと一緒に召し上がりください。 <https://chaletcheese.com/>



## カクテルミーノット (CocktailMeNot LLC)

イリノイ州シカゴ

「ティール・ブリス (Teal Bliss)」は、パイナップル、ココナツ、パッションフルーツの爽やかなブレンドで熱帯の楽園にいる気分を味わえるスピリッツです。太陽をたっぷり浴びたパイナップルのジューシーな味わいと、ココナツの滑らかなまろやかな味わいを、パッションフルーツの生き生きとした芳醇な後味でまもっています。軽い泡立ちと絶妙なバランスが特徴の「ティール・ブリス」は、ぜひいたくさがりながらさっぱりとした喉ごしで、五感を刺激しながらも、重たさを感じさせません。冷やしてそのままでも、氷を入れても、洗練されたミキサーとしても、一口飲むごとに非日常感を手軽に味わえます。砂糖無添加の本物の果汁を使用している「ティール・ブリス」には、おいしさと意識的な選択が常に共存すべきと考えるタイタン (TITUN) の理念が反映されています。

カクテルミーノットとして事業を展開するタイタン・カクテルズ (TITUN COCKTAILS) は、ジャン・ブリス・ングエン (Jean Brice Ngouen) とエドウィージュ・ングエン (Edwige Ngouen) によって、両者のアフリカの伝統と米国での生活経験に着想を得て創業されました。もてなしの伝統、天然の素材、共同体で祝う文化の中で育った後、砂糖の多い食品や創造性に欠ける食品が主流となっている現代の米国飲料市場を経験した二人は、より良い商品を作ろうと決意しました。そうしたギャップを埋めるために生まれた「タイタン・スピリッツ (TITUN SPRITZ)」は、文化にインスパイアされて丁寧に作り上げた、より健康的な商品で、妥協することなく、より良い社交のひと時を実現します。二人のシンプルでありながら大胆なミッションは、現代のかつ包括的で、インスピレーションに満ちた飲料のあり方を再定義することです。

www.tituncocktails.com



## デート・レディ (Date Lady, Inc.)

ミズーリ州スプリングフィールド

当社の主力商品である「デート・シロップ (Date Syrup)」は、オーガニックデーツというたった1つの原材料を使用しており、ナツメヤシの果実のキャラメルのような濃厚な甘さをそのままお届けします。精糖も添加物も使用しておらず、一切手を抜いていません。朝のスムージーから深夜に食べるアイスクリームのトッピングまで、お気に入りのレシピにぴったりの純粋で栄養価の高い代替品です。

コリーン・サンドリー (Colleen Sundlie) が中東で過ごした家族との時間に着想を得て創業したデート・レディは、健康に良い本物の甘さをあらゆるキッチンにお届けすることを目指しています。「デート・シロップ」、「デート・シュガー (Date Sugar)」、「デート・ペースト (Date Paste)」などのベストセラー商品は、クリーンな原材料、芳醇な風味、デーツだけが実現できる口の中ですとろけるようなおいしさが特徴です。

当社は、家族に思いをせながら、誇りを持って自分たちの家庭で使う商品を製造しています。



## イースタン・フィッシャリーズ (Eastern Fisheries, Inc.)

マサチューセッツ州ニューベッドフォード

1978年に創業したイースタン・フィッシャリーズは、家族経営のグローバルな垂直統合型シーフードサプライヤーであるとともに、世界最大のホタテ貝サプライヤーです。米国と中国で事業を展開し、世界で最も豊富な供給漁場を有する戦略的パートナーシップを確立しており、世界中の市場に優れた品質のシーフードを供給できる位置付けにあります。

イースタン・フィッシャリーズの100%天然のカレイは、北太平洋の氷のように冷たい海域で水揚げされており、風味と鮮度を閉じ込めるためにその場で切り身にして冷凍しています。このカレイは、ほろほろとした食感でほんのり甘く、幅広い料理やレシピに適しています。カレイは一年を通して入手でき、さまざまな大きさの切り身で提供しています。大口注文やプライベートラベル用の特注パックの注文も承っています。

現地で冷凍 | 海洋管理協議会 (MSC) および英国小売業協会食品安全 (BRC Food) 認証取得 | 100%天然 | 天然

## ファイヤー・デパートメント・コーヒー (Fire Department Coffee)

イリノイ州ロックフォード

退役軍人と消防士が所有するファイヤー・デパートメント・コーヒーは、単なるコーヒー会社ではありません。おいしいコーヒーに対する共通の情熱と、病気の消防士、負傷した消防士、消防士が従事している地域社会の支援というミッションを掲げて団結したコミュニティです。

2016年から、独自の「スピリット・インフューズド・コーヒー (Spirit Infused Coffee)」をはじめとする厳選されたプレミアムローストを提供しています。次に買うローストコーヒーを当社のウェブサイトで見つけ、消防士たちの支援に参加してください。 <https://www.firedeptcoffee.com/>



## ギブペット (GivePet)

カンザス州リーウッド

ギブペットは、犬用および猫用の超高級おやつを扱っており、カンザス州オーバーランドパークに本社を置いています。2016年に創業した当社は、購入された商品と同等数のおやつを地元の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10匹に十分なおやつを届けられます。米国、カナダ、メキシコ、カリブ海地域にパートナーシップを結んでいる流通業者を有しており、当社のおやつは主に独立系専門小売店で販売されています。当社は、地元の保護施設に還元していることを誇りに思っています。また、栄養価に優れていることも誇りです。当社のおやつは、天然の食品のみを使用し、心臓の健康に良い原材料と最小限の加工を用いて米国で製造されています。ギブペットは、受賞実績を誇るパッケージと特別な日の楽しいおやつで知られています。 <https://www.givepet.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](mailto:FoodLink@foodexport.org) までお問い合わせください。



## ガーリーズ・フーズ (Gurley's Foods)

ミネソタ州ウィルマー

1953年に創業した家族経営のガーリーズ・フーズは、ミネソタ州ウィルマーで、ナッツ、スナックミックス、トレイルミックスを特注でローストし、包装しています。当社のブランド名「ガーリーズ・ゴールデン・レシピ (Gurley's Golden Recipe)」は、おいしいナッツを製造するための当社のレシピで、家族に伝わる最もおいしいローストナッツ作りの秘訣を組み合わせることに由来しています。当社では、ナッツ全体が均等にローストされるように、小ロットで各種のナッツをローストしています。殻付きピーナッツは、今でもじか火で転がしながらローストしています。米国の家族農場で栽培されたナッツのみ（熱帯雨林での栽培が必要なカシューナッツとブラジルナッツ以外）を仕入れていることも、他社との大きな違いの一つです。包装に使用する段ボールなどの消耗品は、すべて地元で調達しています。また、袋に価格が表示されていない当社の人気商品「ガーリーズ・プロフィット・アドバンテージ・ライン (Gurley's Profit Advantage Line)」には、さまざまな種類のキャンディーが詰め合わせられています。配送コストを抑えるために、すべての商品を組み合わせでご注文いただけます。

[gurleysfoods.com](http://gurleysfoods.com)



## ミズーリ・ノーザン・ピーカン・グロワーズ (Missouri Northern Pecan Growers)

ミズーリ州ネバダ

当社は、米国中西部に本拠地を置く農家所有企業です。地元の複数のピーカン農家によって2000年に創業され、現在は50以上の地元農家が参加しています。油分が多く味に優れ、南部の交配種よりもサイズが小さい天然ピーカンを専門に扱っています。当社のピーカンは、栽培も加工も100%米国で行っています。加工工場はHACCP認証を取得済みで、米食品医薬品局 (FDA) の規制に準拠しており、第三者機関の監査を受けています。商品は、オーガニック認証を取得済みのピーカン、非オーガニックのピーカン、ピーカンオイル、ピーカンミールフラワーなどを取り扱っています。持続可能で、心臓の健康に良く、添加物、保存料、遺伝子組換え派生原材料は不使用で、単一原材料の商品を製造していることに誇りを持っています。

EU、カナダ、アラブ首長国連邦、アジアの市場への輸出実績があり、急なご依頼でもコンプライアンス書類を発行できます。貴社の倉庫または貨物港への直接配送も可能です。+1-417-667-3501またはフリーダイヤル+1-866-732-2678までお電話でお問い合わせいただくか、[marketing@mopecans.com](mailto:marketing@mopecans.com)までメールでご連絡ください。商品ラインについては、[www.mopecans.com](http://www.mopecans.com)をご覧ください。

オーガニック認証取得 | グルテンフリー | 非遺伝子組換え | コーシャ対応 | ピーカンフレンドリー | 心臓の健康に良い | ケト/パレオ/Whole30対応 | 保存料および人工原材料不使用



## ルークス・ロブスター (Luke's Lobster)

メイン州サコ

当社の「シュリンプ・スカンピ・ウィズ・ジェメリ・パスタ (Our Shrimp Scampi with Gemelli Pasta)」は、やわらかくて抗生剤やホルモン剤を使用していないエビに、エキストラバージンオイル、本物のバター、新鮮なニンニク、エシャロット、タマネギ、爽やかな本物のレモン果汁を使用した濃厚で風味豊かなソースを組み合わせています。ねじれた形状のパスタであるジェメリにソースの風味が絡まり、自宅でもレストラン品質の料理を数分で実現できます。

ルークス・ロブスターは、2009年にロブスター漁師の3代目であるルーク・ホールデン (Luke Holden) が創業し、米国全土25カ所以上で家族経営のレストランを展開するまでに成長を遂げてきました。Bコープ認証を取得済みの垂直統合型企業である当社は、すべての商品が、海辺の小屋で提供しているのと同じ、新鮮でクラス最高かつレストラン品質の基準を満たすという理念を掲げ、食料品ラインを2018年に立ち上げました。



## MNR ホールディングス (MNR Holdings LLC)

ウィスコンシン州ミルウォーキー

MNRホールディングスは、世界中で知られている遊び心あるキャンディーブランド「キッズ・コンフェクションズ (Kidz Confections)」を生み出した企業です。米国、南米、カナダ、日本、欧州に顧客を擁し、ブランド商品とプライベートブランド商品の両方にパッケージソリューションを提供し、世界中のキャンディー売り場に、楽しさ、目新しさ、柔軟性をもたらしています。

当社の注目商品である「ゴーン・バナナズ (Gone Bananas®)」は、バナナ味のガムを個性的で収集価値のある容器に入れて販売しています。コーシャ対応かつグルテンフリーの手作り商品で、BIPOC (黒人・先住民・有色人種) 経営企業によって製造されています。賞味期限は最大2年9カ月で、国際的な小売市場向けの目を引く信頼性の高い商品です。

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](mailto:FoodLink@foodexport.org)までお問い合わせください。



## ピュアルクス (Pureluxe Inc.)

カンザス州ピッツバーグ

「ピュアルクス (PureLUXE)」は、ペットの栄養価を再定義した、受賞実績を誇る革新的なペットフードブランドです。「ピュアルクス」は、透明性を最優先し、お客様がペットに与える食事を管理できるようにしています。厳選された100%天然の原材料で優れた栄養価を実現し、活動的なライフスタイルをサポートしつつ、好き嫌いの多いペットにもおいしい商品を提供しています。人工添加物や副生成物は一切不使用で、健康的な消化、つやつやの毛、活力の持続を促進します。他社との違いは、当社専用アプリ「ピュアプルーフ (PurePROOF)」です。このアプリでは、各袋の正確な栄養成分を確認してから購入できるため、ペットショップで悩む必要がなくなります。これは当社ならではの透明性で、このような商品情報を提供しているブランド企業は他にはありません。「ピュアルクス」なら、最良のペットフードを与えているという安心感を得られます。ペットには、健康的で質の高い食事を与える価値があります。

[www.pureluxepetfood](http://www.pureluxepetfood) | Instagram アカウント: @pureluxepetfood  
お問い合わせ先: [info@pureluxepetfood.com](mailto:info@pureluxepetfood.com)、  
担当者: [jdavis@pureluxepetfood.com](mailto:jdavis@pureluxepetfood.com)



## ステンゲル・オイルズ (Stengel Oils)

サウスダコタ州ミルバンク

オメガ3脂肪酸は、今日のウェルネス分野で最も話題に上がっている栄養素の一つです。ステンゲル・オイルズの「カルズ・フラックス・オイル (Cal's Flax Oil)」は、卓越した純度と濃度でオメガ3脂肪酸を提供します。現代の食生活はオメガ6脂肪酸に大きく偏っているため、多くの人がバランスを取り戻すためにシンプルで効果的な方法を求めています。「カルズ・フラックス・オイル」は、強力な植物由来のソリューションを提供します。

必須のオメガ3脂肪酸は、全身の細胞の健康をサポートしますが、人間の体はオメガ3脂肪酸を自ら生成できません。そこで、「カルズ・フラックス・オイル」を食事に加えることによって手軽に栄養を強化できます。滑らかですっきりとした風味が食事になじみやすく、体が必要としている必須脂肪酸を供給します。

「カルズ・フラックス・オイル」は、心臓の健康、健康的なコレステロール値、全体的な活力を重視するライフスタイルの一環としてお客様に選ばれています。一食ごとに、自然かつシンプルにおいしく、高品質な必須栄養素を摂取できます。  
<https://stengeloils.com/>



## テラニアン (Terranean)

オハイオ州クリーブランド

テラニアンは、中東の本格的な伝統に根差した種子油不使用の高級なピタチップスに特化した、家族創業・女性経営のスナックブランドです。レバノン系米国人の起業家であるティナ・チャムーン (Tina Chamoun) が創業したテラニアンのピタチップスは、本格的なダブルレイヤーのピタパンを使用し、揚げずに二度焼きすることで、軽くてサクサクの食感を生み出しています。このチップスは、ビーガン対応、非遺伝子組換えプロジェクト認証取得済み、コーシャ認証 (パラバ、パス・イスロエル) 取得済み、ハラル認証取得済みで、砂糖、人工保存料、着色料、色素は不使用です。フレーバーは、本物のザアタルハーブを使用した「ザアタル (Za'atar)」、「スパイシー・ザアタル (Spicy Za'atar)」、「ハンドハーベステッド・シー・ソルト (Hand-Harvested Sea Salt)」、デーツ糖、メープル糖、1gだけの砂糖を使用した「シナモン・シュガー (Cinnamon Sugar)」を展開しています。今日の健康志向の消費者のために考案されたテラニアンのリシーラブルパッケージは、新鮮さと持ち運びのしやすさに対応しており、外出先でのスナックにぴったりで、ディップ、サラダ、スープ、サンドイッチとの相性も抜群です。テラニアンは単なる食品会社ではなく、地域社会主導型企業として東部地中海沿岸地方の女性、移民、倫理的調達を支援しており、オハイオ州クリーブランドでは移民女性のみを雇用しています。

[TerraneanHerbs.com](http://TerraneanHerbs.com) | @TerraneanHerbs | [Info@TerraneanHerbs.com](mailto:Info@TerraneanHerbs.com)



## ウィグレスワース・インターナショナル (Wigglesworth International)

ニュージャージー州ピスカタウェイ

ウィグレスワース・インターナショナルは、正確さと透明性をもって、グローバルなバイヤーと信頼性の高い米国農業を結び付けています。当社は、国際市場を対象として、高品質な米国産の穀物、ナッツ、ドライフルーツの調達・検証・輸出を専門に手掛けています。お客様専用の米国拠点として、サプライヤーの検証から、品質検査、書類作成、物流手配、出荷監視に至るまで、輸出プロセスの全段階を管理します。

当社のお客様は、信頼できる米国生産者へのアクセスと、当社のセキュアなポータルであるウィグレスワース・ゲートウェイ (Wigglesworth Gateway) の利用が可能です。このポータルは、データ主導型の効率化された輸出体験を提供しており、出荷状況や記録をリアルタイムで可視化しています。バルク商品でも特別な商品でも、あらゆる取引において、明確性、一貫性、信頼性を確保します。

ウィグレスワース・インターナショナルは、信頼できる調達先と透明性のある輸出パートナーを求めているバイヤーのために、誠実さ、正確さ、オペレーショナルエクセレンスに基づくサービスを提供します。

[www.wigglesworthgrains.com](http://www.wigglesworthgrains.com) | Eメール: [sales@wigglesworthgrains.com](mailto:sales@wigglesworthgrains.com)

# ニュース短信

## 2026年には高所得層の買い物客もついに消費を制限

米国経済において誰もが圧迫を感じる兆しが見られます。複数の専門家が景気低迷は長期にわたる可能性があるとして述べていますが、消費者は依然として選択的にぜいたくをし、品質を強化するブランドを支持しています。

## 高タンパク食、クリーン食材、機能性飲料への志向で食事トレンドを変えるZ世代

大学のキャンパスで最も要望の多い食品・飲料メニューとして、フォー、ラーメン、本格的なメキシコ料理、すし、パスタ、マカロニ&チーズ、スイーツが挙げられます。



### 米国人の間で料理を楽しむ傾向が増大

チャレンジ・バター(Challenge Butter)が実施した調査によると、米国人の約3分の2が「今年は制限なくより良い食事をしたい」または「食習慣をまったく変えない」と回答しています。約半数は、「体に悪い」と見なされることが多い食品を食べるとストレスが軽減されると回答しています。

## GLP-1使用者の増加に伴い、個々のニーズに応じてよりパーソナライズされた栄養価の高い食品・飲料の需要が拡大

IFTによると、GLP-1の使用状況は個人によって大きく異なるため、ユーザーセグメントごとに商品設計を変え、併用商品や継続利用向け商品を提供している企業がこの新興市場で最も優位に立つと考えられます。



### 富裕層消費者や若年層消費者向けの「手頃なぜいたく品」の販売で高級スーパーが好調

これらの消費者は、高級食品をアイデンティティや体験として捉えています。

## バターディップソフトやみそキャラメルが話題となり、 Yelp で「スウェィボリー(Sweet + Savory)」風味の検索が急増

スチュワート・レナードズ(Stew Leonard's)での予想外のヒットが、シンプルな低コストの工夫で、来店客数、ブランド認知、イノベーションにつなげる方法を示しています。



### グローバルなフレーバー、TikTokのトレンド、「スウィシー(Sweet + Spicy)」風味で消費者の求めるものが変わる中、スパイシーな食品が急成長

個性を加える辛さの需要が高まる中、各ブランドは新メニューでイノベーションを競い合っています。

## 初乳、コラーゲン、紅藻類、ヤマブシタケ、アシュワガンダなど、タンパク質以外の機能性原材料に対する消費者需要が増大

フード・ダイブ(Food Dive)によると、特に若年層の消費者にとって、活力、気分向上、心の健康が、2026年の優先事項となっています。

## 連邦政府による全面的禁止が差し迫る中、ヘンプ由来THC飲料に対する消費者の注目度向上に伴いカンナビスへの関心が増大

ブランド企業や小売業者は、急成長カテゴリーと数千人の雇用に影響を及ぼす可能性がある重大な規制改革への対応を迫られています。



### 圧倒的な富を保有し若年層より強い忠誠心を示すベビーブーム世代が食品業界の要

専門家は、高品質やハイブリッド型の利便性に対する高齢者需要を見落としているブランド企業は大きな収益機会を逃すリスクがあると指摘しています。

## 外食客の40%が高タンパクメニューに追加料金を支払う意向あり

レストラン・ビジネス(Restaurant Business)の新たな調査によると、レベニュー・マネジメント・ソリューションズ(Revenue Management Solutions)の調査で、外食客の58%が高タンパクメニューのセクションから注文する可能性が高いことが分かりました。



# U.S.Foodlink

## FOOD EXPORT-MIDWEST & FOOD EXPORT-NORTHEAST STAFF

**Brendan Wilson**  
Chief Executive Officer/Executive Director

**Michelle Rogowski**  
Chief Operating Officer/Deputy Director

**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](http://www.foodexport.org)  
Comments, Questions,  
email: [info@foodexport.org](mailto: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](mailto: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](http://www.foodexport.org/termsandconditions).