

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年夏の最新食品トレンド



米国サプライヤーと
輸出対応商品を集集

世界各国のフレーバーや機能性飲料などの トレンドが定着している一方、新たな消費者 嗜好の波が米国の食品ビジネスを形成

食感を重視したイノベーション、「体の中からきれいになる」機能性飲料、加工を最小限に抑えたシンプルな食品への回帰といった最新トレンドが勢いを増しており、米国製品を調達する国際的なバイヤーに新たな機会をもたらしています。

新鮮、シンプル、栄養豊富という原点への回帰

消費者需要は、新鮮で加工を最小限に抑えた食品(特に食料品店の生鮮食品売り場に陳列されている商品)へと移行し続けています。生鮮青果物、サラダキット、すぐに食べられる調理済みの加工肉食品などは、利便性と健康という魅力を兼ね備えていることから需要を伸ばしています。

こうしたトレンドは、購買行動に影響を与えている米国でのGLP-1受容体作動薬の使用増加によってさらに強まっています。GLP-1受容体作動薬を使用する消費者は、栄養価と品質に優れた食品を少量ずつ選択するようになっています。



Food
Export
Midwest USA™



Food
Export USA
Northeast™

www.foodexport.org



2026年夏の最新食品トレンド 続き

その結果、原材料表示が短く、何が使用されているの分かりやすい商品への需要が高まっており、食のあり方におけるより広範な「原点回帰」の流れが反映されています。

果物の消費も、特に若年層の消費者の間で拡大しています。現在、青果物販売数量全体の約56%はZ世代とミレニアル世代によって消費されており、朝食から間食まで、食事のさまざまなシーンで果物がますます取り入れられるようになっていきます。

同時に、米国のジュースカテゴリーでは位置付けの見直しが進められています。メーカーは、糖分が高いというイメージからの脱却を図り、果汁100%や砂糖不使用の商品を自然な健やかさを備えたプレミアム飲料として訴求するようになっていきます。

食感の重視

味だけでなく、食感も消費者嗜好や商品差別化の重要な要素として浮上しています。最近のデータによると、消費者の72%が、商品の食感が期待を満たしていなければブランドの乗り換えを検討すると回答しています。

このトレンドは、特に若年層で顕著です。Z世代の約75%、ミレニアル世代の約80%が、食感は味と同じくらい重要であると回答しており、独自の感覚体験をもたらす商品の需要が高まっています。商品のマーケティングやパッケージでは、「カリカリ」、「もちもち」、「なめらか」、「口当たりがよい」といった表現がますます多く使用されるようになっていきます。

2025年には、特にもちもちとした食感を取り入れたメニューの採用率が46%増加しました。グミや、餅を使用したデザートなどは、味わいに加え、遊び心のある体験で若年層の消費者に訴求しています。一方で、定番のフライドポテト、おやつにぴったりのフリーズドライの果物や野菜など、カリカリ・サクサク食感の商品が堅調な売れ行きを維持しています。

このような食感への注目が飲料にも影響を及ぼしています。例えば、2025年にはコールドフォームを追加したメニューが78%増加したほか、RTD飲料では機能性成分を取り入れたり口当たりを高めたりすることで飲用体験の向上が図られています。

機能性飲料と「体の中からきれいになる」訴求の台頭

機能性飲料は、水分補給やエネルギー補給といった従来の健康メリットを超えて進化を続けています。現在成長中の商品セグメントでは「ホリスティックウェルネス」に焦点が当てられ、特に「腸皮膚相関」と呼ばれる腸と肌の健康の関連性が注目されています。

消費者が消化器の健康と外見の両方をサポートする商品への関心を高めていることから、このトレンドは2026年以降も加速するものと予想されています。コラーゲン、プレバイオティクス、プロバイオティクス、ポストバイオティクスといった成分を組み合わせた飲料は、2つの働きを持つソリューションとして注目を集めています。

さらに、機能性飲料カテゴリーでは、アダプトゲン、マグネシウム、アミノ酸を配合したマッシュルームベースのお茶やラテなど、睡眠と回復をサポートする商品が増加しています。これらの商品は、長期的なメリットをもたらすウェルネス習慣に対する消費者の幅広い関心と合致しています。

油脂と原材料に対する認識の変化

原材料に対する消費者の目も厳しくなっており、特に種子油への関心が高まっています。かつて一部の消費者のみの懸念事項だったものが主流になり、米国消費者の39%が健康の観点から種子油を積極的に避けていると回答しています。

こうした変化が、2025年にメニューへの採用が大幅に増加した牛脂など、従来の選択肢をはじめとする代替油脂への関心の高まりにつながっています。また、透明性とよりシンプルな原材料調達に対する需要が、カテゴリーを問わず購買判断に影響を及ぼし続けています。

これらのトレンドには、健康、機能性、感覚体験に対する米国消費者の優先事項の広範な変化が反映されています。このことは、以下に当てはまる商品を調達する機会を国際的なバイヤーにもたらしています。

- クリーンラベルで加工を最小限に抑えている商品という位置付け
- スナック、デザート、飲料における食感重視のイノベーション
- ウェルネス・美容・回復に結び付く機能的メリット
- 従来カテゴリーの商品をプレミアムな健康志向商品へと改良する取り組み

これらの特性を効果的に組み合わせ、そのメリットを明確に訴求している米国サプライヤーは、変化する世界の需要に応える上で有利な立場にあります。



勢いを増す次世代ソースのトレンド



ソースは、消費者が食事をアレンジする際に引き続き中心的な役割を果たしており、家庭、外食、外出先といったあらゆる食事の場で風味を高める便利かつ手頃な手段となっています。

料理そのものを変えずにそれぞれの好みに合わせて風味の強さを調整できるため、ソースはとりわけ味の好みが多様な家庭で魅力的なアイテムです。このような柔軟性が、パンチのある味わいやグローバルフレーバーへの関心の高まりと相まって、ソースカテゴリー全体のイノベーションを後押ししています。

以下に挙げるトレンドは、米国におけるソース・調味料市場の方向性を示しています。

健康とシンプルさがソースのイノベーションを形成

ヘルス&ウェルネスを優先する姿勢が購買判断に影響を及ぼし続ける中、よりクリーンでシンプルな配合に対する需要がソースカテゴリーに広がっています。消費者は、なじみのある原材料を使用し、加工を最小限に抑えた調味料をますます求めるようになっており、このことがクリーンラベルのドレッシングやソースの台頭につながっています。

また、ガーリック、オリーブオイル、発酵成分など、これまでウェルネスと関連付けられてきた原材料を使用したソースへの関心も高まっています。このことは、しっかりとした風味を保ちつつ、健康メリットがあると認識されている商品へと、幅広く移行が進んでいることを反映しています。

米国でGLP-1受容体作動薬の使用が増加していることも、消費パターンに影響を及ぼしています。消費者の食事量が少なくなる中、風味を最大限に引き出すことがより重視されるようになり、ホットソースやチリベースの調味料など、風味が強く濃厚なソースの需要の高まりにつながっています。

味の掛け合わせが引き続き進化

数年前から「スワイシー(Sweet + Spicy)」の組み合わせが人気を集めていますが、このカテゴリーではより複雑な風味の組み合わせが増加しています。メイプルにチリやバーベキューを組み合わせるなど、甘さ、スモーク、辛さのブレンドが支持されています。

ホットハニーはこのトレンドの代表例であり続けていますが、シラチャーソースやチリベースのソースといった原材料を取り入れたブレンドなど、新たなバリエーションも登場しています。これらの商品は、重層的で奥行きのある味わいを求める消費者に訴求しています。

クリーミーとスパイシーの組み合わせも人気が高まっています。ランチドレッシング、マヨネーズ、バーベキューソースなどのなじみのある形態にパンチのある辛さを組み合わせたハイブリッド型ソースは、一つの商品に親しみと刺激の両方を求める消費者に支持されています。

グローバルフレーバーが継続的なイノベーションを後押し

グローバルフレーバーの探求が引き続きソースカテゴリーの成長を後押しする主な要因となっており、地域の特徴や屋台料理に着想を得た味わいへの関心が高まっています。

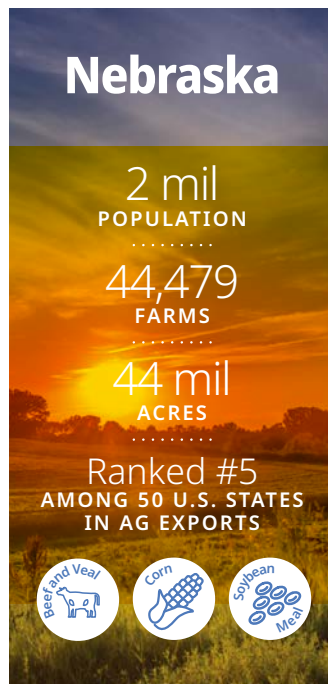
中東料理がルーツで酸味のあるスパイス入りマンゴーソースのアンバといった新しい調味料が注目を集めている一方で、モレ、コチュジャン、ボン酢など、すでに定着しているグローバルフレーバーも小売りと外食の両方で存在感を高めています。

かんきつ系を前面に押し出した風味も勢いを増しており、さまざまな料理を引き立てるさわやかさと酸味をもたらすことから、ゆずなどの素材がソースやドレッシングに取り入れられています。

これらのトレンドは、消費者が国際的な味わいをますます受け入れるようになっていることを反映しており、本格的な風味を備えながらも幅広い層に受け入れられやすい商品に機会をもたらしています。

こうした新たなソースのトレンドには、パンチのある風味、原材料の透明性、グローバルな影響に対する、米国消費者の嗜好の幅広い変化が反映されています。国際的なバイヤーにとっては、日々の食事を引き立てるだけでなく、品質、汎用性、感覚的な魅力に関する期待の進化にも応える商品を調達する好機となっています。

米国中西部・北東部の特徴



Food Export: 米国商品のプロモーションを支援

対象となるソーシャルメディアでのプロモーション費用を50% 補助

ソーシャルメディアを活用して情報発信を強化

グローバル市場におけるデジタル化が進む中、消費者へのリーチとエンゲージメントにおいてソーシャルメディアが不可欠なツールとなっています。輸入業者は、ソーシャルメディアプラットフォームを活用し、米国商品のプロモーション、ブランド認知度の向上、自国市場における売上高の拡大を効果的に進めることができます。

Food Exportのブランドプログラムを通じて、米国サプライヤーは、輸入業者と連携し、ソーシャルメディアで効果的なマーケティングキャンペーンを展開できます。対象となる活動費用の50%が補助されるため、財務リスクを軽減しながらプロモーション活動を拡大できます。

ソーシャルメディアを活用する主なメリット:

- ① 新商品の発売とプロモーションキャンペーンの立ち上げ
- ① ブランド認知度と顧客ロイヤルティの向上
- ① ターゲットを絞ったデータドリブン広告の配信
- ① 小売りとEコマースでの販売促進
- ① 顧客エンゲージメントとカスタマーサービスの強化

費用補助の対象となる活動:

- ① 検索連動型広告とディスプレイ広告(Google、Amazonなど)
- ① インフルエンサーおよびコンテンツクリエイターとのパートナーシップ
- ① プロモーション動画とショートコンテンツの制作
- ① 各種プラットフォームでのソーシャルメディア広告キャンペーン
- ① 検索エンジン最適化(SEO)による視認性の向上

米国からの食品・農産物の輸入について、詳しくは
Food Exportのウェブサイトをご覧ください。

<https://www.foodexport.org/import-from-the-us/>



パートナーシップの仕組み

参加するには、貴社の米国サプライヤーが、Food Exportの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。承認されると、サプライヤーは貴社と連携し、貴社の市場に合わせてカスタマイズしたマーケティング計画を策定できます。

ブランドプログラムによる支援分は、電信送金による補助金の支払い、または今後の発注に充当できるクレジットの付与といった金銭面での取り決めを通じて、輸入業者に還元することができます。

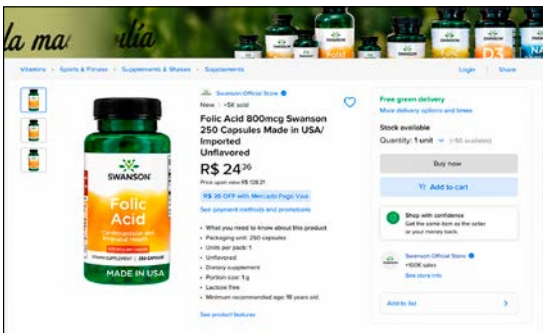
対象商品には、米国産農産物が50%以上含まれており、米国産の表記（「Product of U.S.A.」など）が明示されている必要があります。輸入業者は、プロモーション活動に関する書類を米国サプライヤーに提出し、その後、米国サプライヤーがFood Exportに補助金の申請を行う必要があります。

ブランドプログラムの補助対象となるソーシャルメディア活動例



プロモーション動画

ベトナムでのイベントで新商品を紹介するYouTube動画



SEO 広告

ブラジルでの商品プロモーションのための Google と Amazon での検索連動型広告とディスプレイ広告



インフルエンサーマーケティング

小紅書 (Xiaohongshu) のインフルエンサーが作成した、中国でのブランド・商品プロモーションのためのコンテンツ



Instagram 広告

シンガポールでのドッグフードブランドのプロモーションのための Instagram 広告



プロモーション動画

イベントやオンラインでのマーケティングキャンペーンを通じた韓国でのブランドプロモーションのための動画



foodexport.org
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.



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、信頼に根差した米国のプレミアム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のチームは、博士号を有するペット栄養学専門家が丁寧に開発したレシピを1978年から提供しています。これまでにリコールはありません。

当社の商品は、必須栄養素を維持するために低温でじっくり調理されており、健康的な消化機能、皮膚、被毛、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®)」を配合しています。

「ブラックウッド」は、ドライキブルやウェットフードから、トッパー、オープンベイクドスナック、単一原材料のフリーズドライフルーツに至るまで、あらゆる年齢やライフステージのペット向けのクリーンで栄養価が高い商品を幅広く提供しています。

全商品ラインは blackwoodpetfood.com でご覧いただけます。お問い合わせは info@blackwoodpetfood.com までご連絡ください。



バックラー & カンパニー (Buckaroo & Company, LLC)

イリノイ州エバンストン

「ローリックング・バックラー (Rollicking Buckaroo)」の「ペッパー・ジャム (Pepper Jam)」と「シーズニング・ブレンド (Seasoning Blend)」は、パンチのある味わい、高品質な原材料、活気あふれる西部風スタイルで知られる、受賞実績を誇るスペシャルティフードブランドです。イリノイ州エバンストンに本社を置き、日々の料理に甘辛さとコクをもたらす、天然、グルテンフリー、ビーガン対応のペッパージャムとシーズニングブレンドを提供しています。ペッパージャムの種類は「マイルド (Mild)」から「エキストラ・ホット (Extra Hot)」まで取りそろえており、グレース、ディップ、トッピング、レシピ開発に幅広く使用できる商品を消費者やシェフに提供しています。シーズニングブレンドのシリーズは、肉、魚介類、野菜、植物由来の料理を引き立てるように作られており、親しみやすく記憶に残る独特の風味が特徴です。「ローリックング・バックラー」は、ファーマーズマーケット、クラフトフェア、外食向け営業、スペシャルティ商品販売店での販売機会を通じて熱心なファンを獲得してきました。風味、創造性、使いやすさを重視し、家庭の料理愛好家やプロの料理人が作るあらゆる料理に、楽しさ、個性、ちょっとしたアクセントを加えられる商品を提供し、成長を続けています。 <https://www.buckaroopepperjam.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。



サルトーリ・チーズ (Sartori Cheese)

ウィスコンシン州プリマス

1939年の創業以来、サルトーリ・チーズは4代続く家族経営のチーズメーカーとして、世界で最高のチーズを作るというシンプルな使命の実現に尽力してきました。地元の家族経営のパートナー農場からのみ調達している世界水準の牛乳を使用し、搾乳から数時間以内にチーズホイールの製造を開始するため、卓越した鮮度、品質、職人技を一口ごとに感じられます。

当社は、イタリアの伝統と米国のイノベーションを融合させ、国内外で400を超える賞を獲得しており、アルチザンチーズのリーダーとなっています。ポートフォリオの中核を成しているのは、2008年に発売されたオリジナル商品「ベラヴィターノ (BellaVitano®)」で、濃厚かつクリーミーな食感と、「メルロー (Merlot)」、「エスプレッソ (Espresso)」、「ブラックペッパー (Black Pepper)」などの芳醇で意外性のある風味で知られています。

「ベラヴィターノ」チーズは、熟練のチーズ職人が手作業で丁寧に仕上げられており、外皮の擦り込みまたは浸漬を経て、独特の深みと複雑さを引き出すために十分に熟成させています。その結果、驚きと喜びをもたらす、あらゆる味覚に応える、まさにユニークなチーズコレクションが生まれました。



ダール・バクラヴァ (Dar Baklava, LLC)

イリノイ州シカゴ

小児科医でありマラソンランナーでもあるダール・バクラヴァの創業者シェリフ・バダウィー (Sherif Badawy) は、甘党で、嗜好品も健康に配慮したものであるべきだと考えています。シェリフは、エジプトから米国に移住した後、市販のバクラヴァがあまりにも甘く、品質が不十分であると感じたことから、大好きなこのお菓子をヘルシーにアレンジして再発明しようと考えました。中東の菓子職人にインスパイアされ、高品質のナッツをふんだんに使用し、砂糖は最小限に抑え、バランスのよい甘さと決してべたつかないサクサクとした食感が特徴のバクラヴァを作りました。本物の原材料を使用して丁寧に手作りしたシカゴ発のバクラヴァやその他のスナックは、おいしさと栄養を両立できることを証明しています。当社は、コミュニティと中東の食文化を、日常的に気軽に楽しめる形態（個包装のスナックパック「スナックラヴァ (Snacklava®)」）とギフト用の形態（バクラヴァの組み合わせギフトボックス「ナットラヴァ (Nutlava®)」）で世界にお届けし、より良い世界を実現することを目指しています。



デーヴズ・ペット・フード(Dave's Pet Food LLC)

マサチューセッツ州ロングメドー

デーヴズ・ペット・フードは、シンプルで余計なものを加えていないドッグフードとキャットフードを製造しています。本物のタンパク質とシンプルな原材料を使用しており、不要な増量剤は一切使用していません。

好き嫌いの多いペットもいることでしょう。当社はそうしたペットにも対応するため、なめらかなパテ、食べ応えのあるシチュー、グレービー仕立てのレシピなど、幅広い商品を取りそろえています。また、特定の食事ニーズを持つペットのために処方箋なしで購入できるペットフードも提供しています。

当社のレシピは、厳しい品質管理の下で、米国飼料検査官協会(AAFCO)のガイドラインに従って作られているため、おいしさと信頼性を兼ね備えています。丁寧に作られた良質なペットフードを手頃な価格で提供しています。

www.davespetfood.com



ジンセン・アップ(Ginseng Up Corporation)

マサチューセッツ州ウースター

ジンセン・アップは、高麗人参のメリットを一般消費者に紹介するという使命を掲げ、1981年に創業しました。当時は、従来タイプの清涼飲料が市場を独占しており、「機能的飲料」や「アダプトゲン」といった概念はほとんど知られていませんでした。機能的飲料と健康志向飲料のカテゴリーのパイオニアとして、最初にオリジナル飲料「ジンセン・アップ(Ginseng Up)」を発売し、その後高麗人参のメリットを訴求したフルーツベースのフレーバーで商品ラインを拡大しました。

創業44年目を迎え、米国内外で事業を展開する飲料企業として、ナチュラルなクラフトタイプのさまざまな炭酸飲料や非炭酸飲料を提供しています。一貫した事業体制を備えた多角的な企業として、自社ブランド商品、受託包装、プライベートブランドを手がけているほか、原材料、濃縮液、抽出物を製造しています。また、飲料コンサルティングサービスも提供しています。成長とイノベーションに取り組み、既存の消費者だけでなく、新規の消費者の変化し続けるニーズにも応える、高品質な商品の提供に尽力しています。



ジャネッツ・ファイネスト・コンポーツ(Janet's Finest Compotes)

ミネソタ州セントポール

「ジャネッツ・ファイネスト・コンポーツ」は、家族の伝統に根差し、米国中西部において小ロットで製造されているスペシャルティフードのブランドです。母親のオリジナルレシピを基に、25年以上にわたって、チーズとよく合い、日々の食事を引き立て、おもてなしの幅を広げてくれる、丁寧にバランスよく仕上げたフルーツコンポーツの商品ラインを展開してきました。現在はジェシカ・アメル(Jessica Amel)とアンジェラ・クメック(Angela Kmeck)がブランドを率いており、伝統とイノベーションを融合させ、甘みとほのかな辛みを併せ持つハラペーニョ風味のコンポーツなど、意外性のあるフレーバーの組み合わせを提供しています。

当社は2026年に、卓越したおいしさと品質に対する取り組みが評価され、「ピーチ・ベリー・ハラペーニョ・コンポーツ(Peach Berry Jalapeno Compote)」でsofi™ Awardsの金賞を受賞しました。汎用性を考慮して開発された商品は、チーズボード、グレース、サンドイッチ、カクテルなどに幅広く活用でき、スペシャルティ商品販売店、食を愛する人々、家庭の料理愛好家に支持されています。

Marieke®
GOUDA

マリエケ・ゴード(Marieke Gouda)

ウィスコンシン州ソーブ

マリエケ・ゴードは、ウィスコンシン州ソーブにある自社酪農場の生乳を使用した、受賞実績を誇るナチュラルでプレミアムなチーズを、情熱を込めて製造しています。牛の世話から、搾乳、熟成に至るまで、あらゆる工程を注意深く管理しており、伝統的なオランダのチーズ製法にこだわって本格的な味わいと卓越した品質を実現しています。当社のチーズは、オランダ産パイン材の棚板の上で60日以上熟成されています。

<http://www.mariekegouda.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。



マヤサリ (Mayasari LLC) 商号: ソヤマヤ (Soya Maya) / アーティザナル・ テンペ・プロダクツ (Artisanal Tempeh Products)

インディアナ州グリーンズバーグ

ソヤマヤ/アーティザナル・テンペ・プロダクツは、高等教育を受けるために米国へ移住したマヤサリ・エフェンディ (Mayasari Effendi) が創業しました。マヤサリは、マヤサリ・インドネシアン・グリル (Mayasari Indonesian Grill) を開業し、インドネシアの本格的な風味を米国中西部にもたらしました。

マヤサリは、懐かしい故郷の味に着想を得て、伝統的なインドネシアの発酵方法をインディアナ州の地元で調達した米国産大豆と組み合わせ、「ソヤマヤ・プロテイン・テンペ・チップス (Soya Maya Protein Tempeh Chips)」を生み出しました。このクリーンラベルの商品は、高品質な大豆を使用し、高タンパクの非遺伝子組換え大豆と高オレイン酸の大豆を組み合わせ、ビタミンB12と植物性タンパク質が豊富な、栄養価に優れた植物由来の零食です。この商品は、ビーガン対応かつグルテンフリーで、1食分あたりに含まれる脂質は0gです。

ソヤマヤは、単なる商品ではなく、ムーブメントです。この取り組みを世界中に広めることを目指し、1袋販売されるごとに5セントを子どもたちの教育支援のために寄付しています。サンプル商品の注文をご希望のバイヤーの皆さまは、マヤサリまで直接お問い合わせください。詳細は www.MayasariTempeh.com をご覧ください。この世界を少しずつよりよい場所にしていきましょう。



ニキゴー・ソース (Nikigo Sauce LLC)

ペンシルベニア州エイボンデール

食物アレルギーに対する懸念が世界中で高まっていますが、しょうゆを主な原材料として使用する東アジアの定番料理では食物アレルギーへの対応が困難でした。ニキゴー・ソースの「オリジナル・ソイ・フリー・ソース (Original Soy Free Sauce)」は、本物の高品質なしょうゆのような見た目と味わいですが、大豆、小麦、グルテンは一切使用していません。このユニークで画期的な商品は、新鮮なマッシュルーム、海塩、水を使用していますが、マッシュルーム特有の風味はなく、本格的で豊かなうま味だけが感じられます。すしにぴったりで、どんなレシピでもしょうゆやたまりしょうゆと同じように使用できます。創業者のニコル・ゴードン (Nicole Gordon) は、ハワイの日系移民を祖先に持つ母親の下に生まれ、若い頃に複数の深刻な食物アレルギーを発症しました。他にも「ハワイアンスタイル・テリヤキ・ソース (Hawaiian-Style Teriyaki Sauce)」や、麺つゆに着想を得たおいしく手軽なビーガン対応ラーメンスープ濃縮液「ヌードル・ソース & ブロス・コンセントレート (Noodle Sauce & Broth Concentrate)」を展開しており、いずれもアレルギーに配慮した商品です。 www.nikigo.com



ポーク・キング・グッド (Pork King Good)

ウィスコンシン州カダヒー

ポーク・キング・グッドは、豚肉への情熱と低炭水化物の食生活で100ポンド (約45kg) を減量し、糖尿病予備群の状態から脱した女性が創業した、一風変わったポークリンド企業です。ケトジェニックダイエットのコミュニティで高い人気を誇っており、ポークリンド市場に旋風を巻き起こした非常にユニークなフレーバーで革新を続けています。当社のポークリンドは、人工添加物を一切使用しておらず、豚脂で調理されており、スナック業界に変革をもたらした濃厚かつユニークなフレーバーが特徴の、軽くてふわふわで、口の中でとろけるようなチャロンです。低炭水化物で高タンパクな塩味スナックについては明確な市場の隙間があるため、当社はあらゆる嗜好に合う革新的で多彩なフレーバーのラインアップでその隙間を埋めることを目指しています。当社の使命を端的に表すなら、「自分たちが食べたいスナックを作るだけ」であり、それを世界と (ユーモアのセンスを忘れずに) 分かち合っています。

www.porkkinggood.com



プライマル・ペット・フーズ (Primal Pet Foods)

イリノイ州エバンストン

プライマル・ペット・フーズは、犬と猫のためのフリーズドライのローフード、トリーツ、トッパーの大手メーカーです。当社のプレミアムペットブランドは、ペットとその家族に最高の生活の質を提供する商品の製造に取り組んでいます。

当社は、創業者であるマット・コス (Matt Koss) が、病気の愛犬の生活の質を高めたいと考え、2000年に立ち上げたブランドです。マットは、犬と猫が本来持つ生物学的ニーズに応えるローフードを与えることのメリットを学びました。

当社は、ペット向けのローフード栄養の分野を開拓したペット愛好家の集まりであり、2001年から犬と猫のために高品質でタンパク質が豊富なレシピを作り続けています。当社は、生物学的ニーズに応え、加工を最小限に抑えた食品をペットが食べると、より長く元気に過ごせるという、当社が常に信じてきたことを査読付き研究を通じて示しています。

当社は、「キブル・イン・ザ・ロウ (Kibble in the Raw)」、「フリーズドライド・ロウ・ナゲッツ (Freeze-Dried Raw Nuggets)」、「フリーズドライド・ロウ・プロント (Freeze Dried Raw Pronto)」など、犬と猫のためのバランスの取れた完全なレシピのポートフォリオを通じて、ローフード栄養をより多くのペットと飼い主にとって便利で利用しやすいものにするために取り組みを続けています。

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 までお問い合わせください。



シェフ・フロー K・フーズ (Chef FLO-K Foods)

ミネソタ州ミネアポリス

シェフ・フロー K・フーズの「アフリック・ソース (Afric Sauce)」には、その一本一本にストーリーがあります。それは私自身の物語です。私が育った環境では、食は家族と地域社会の中心にありました。私たちの食卓は、鮮烈な味わい、豊かな伝統、あらゆる集まりを祝祭へと変える一体感で満ちていました。そうした幼い頃の経験から、食は単なる栄養摂取にとどまらないものであることを学びました。食とは、文化であり、絆であり、皿に盛られた愛情です。

そうした情熱に突き動かされ、私はアフリカ料理の神髄を捉えつつ、現代のキッチンにも自然になじむソースを作ろうと決意しました。何年もかけてレシピを完成させ、本格的なスパイスと新鮮な原材料のバランスを取り、「アフリック・ソース」を生み出しました。力強い風味で汎用性があり、ルーツに忠実なソースです。かけたり、つけたり、煮込んだりと、どのような料理にも忘れられない味わいをもたらしませす。

私は、世界中の家族、食を愛する人々、風味を求める人々に「アフリック・ソース」をお届けできることを誇りに思います。当社を通じた私の使命はシンプルです。それは、アフリカの食の伝統をたたえ、味わいを通じて人々をつなぐことです。商品の一本一本が伝統に根差し、かつてのわが家の食卓のように皆さまの食卓にも喜びがもたらされるよう、心を込めて作られています。



スワンソン・ヘルス・プロダクツ (Swanson Health Products, Inc.)

ノースダコタ州ファーゴ

「スワンソン・ビタミンズ (Swanson Vitamins)」は、1969年から世界中のウェルネス志向の人々に、高品質なビタミン、サプリメント、自然由来の健康ソリューションを提供する中心的な存在であり続けています。国際的なバイヤーから信頼されるパートナーとして、当社の商品は第三者機関による試験を受け、米食品医薬品局 (FDA) の規定に従ってGMP認証を取得した工場で製造されており、純度、力価、信頼性をお客様に保証しています。正規販売代理店としての登録をご希望の方は、グローバル事業開発チーム (gbd@swansonhealth.com または +1 701-356-2700) までお問い合わせください。 www.swansonvitamins.com



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

ウィスコンシン州アルゴ

レナード・チーズは、ウィスコンシン州ケウオーニー郡で4世代にわたり続いてきた家族所有・経営のチーズ製造企業です。当社は、代々受け継がれてきた知識を生かし、受賞実績を誇るチーズ作りの技術を守り続けています。50種類を超えるチーズを提供しており、その一つ一つに手作りチーズの職人技へのこだわりが表れています。当社のチーズは国内外で高く評価されており、多数の賞を獲得しています。「CHEDDAR (Cheddars)」、「COLBY (Colby)」、「FARMERS (Farmers)」、「MUNSTER (Muenster)」、「BRICK (Brick)」、「MARBLE (Marble)」、「MONTEREY JACK (Monterey Jack)」、「MOZZARELLA STRING (Mozzarella String)」、「SMOKED STRING (Smoked String)」など、50種類を超えるフレーバー付きスペシャルティチーズを取りそろえています。今日に至るまで、当社のグルメチーズは、自動化を最小限にとどめ、昔ながらの方法で手作りされています。当社は、すべての牛乳を地元の小規模農場のみから調達するなど、持続可能な取り組みと地域農業に対する支援を通じて地域社会に還元しています。長年の間にさまざまなことが変化しましたが、レナード家の伝統と象徴的なチーズのレシピは今も変わりません。 www.renardscheese.com



ゾリ・キャンディー (Zolli Candy)

ミシガン州ウォールドレイク

あらゆる年齢層に向けた、おいしくて楽しい砂糖不使用のキャンディーを手がけるゾリ・キャンディーを通じて、急成長を遂げているキャンディーセグメントに参入しましょう。着色料を使用しておらず、ビーガン対応で、糖尿病の方、GLP-1受容体作動薬の使用者、アレルギーのある方に配慮した、ケトフレンドリーかつグルテンフリーの商品は、幅広い消費者に訴求し、歯を清潔に保つものにも役立ちます。女性経営者によるミッションドリブンなブランド企業である当社は、5年連続で「Inc. 5000」に選出され、ソーシャルメディア全体で80万人以上のフォロワーを獲得しています。バイラル動画のオーガニック再生回数が10億回を超える当社のコミュニティとコンテンツは、市場やチャネルを超えて認知拡大と販売促進を後押ししています。当社は、501(c)(3)団体であるミリオン・スマイルズ・イニシアチブ (Million Smiles Initiative) を通じて、数百万人もの学生と家庭に口腔衛生教育を提供しています。「サワー・ゾリポップス (SOUR Zolli Pops)」、「ゾリ・ドロップス+ビタミンC (Zolli Drops + Vitamin C)」、「ザフィ・タフィ+ビタミンC (Zaffi Taffy + Vitamin C)」、「ゾリ・フルーツ・ドロップス+ビタミンC (Zolli Fruit Drops+Vitamin C)」、「エルダーベリー・ゾリポップス+ジンク (Elderberry Zolli Pops + Zinc)」など、実績のある人気商品や魅力的な新商品をご覧ください。当社商品の市場導入をご希望の場合は sales@zolli Pops.com までお問い合わせください。

ゾリ・キャンディーの楽しいコンテンツを見て、楽しんで、シェアしてください。一休みしてゾリ・キャンディーを見て笑顔になりましょう!

<https://www.youtube.com/@Zollicandy/shorts>
<https://www.tiktok.com/@zollicandyshop>
<https://www.instagram.com/zollicandy/>

GLP-1受容体作動薬のトレンドが食習慣を変革: GLP-1受容体作動薬に後押しされた消費パターンが米国の食習慣に変革をもたらしており、消費者は、より少量で、原材料がよりシンプルで、栄養価が高い食品を好むようになっていきます。このような変化によって、1食当たりの価値がより高く、風味を前面に押し出した、高品質な商品に対する需要が高まっています。



機能性を追求する乳製品のイノベーション:

乳製品メーカーは、タンパク質や食物繊維などの栄養素を取り入れ、嗜好性と機能性を両立させた商品を開発することで、栄養価が高い商品に対する需要に応じています。

外食利用の減少: 物価の高騰が外食行動に影響を及ぼしており、外食利用者の31%が飲食店チェーンを利用する頻度を減らしています。また、ティルスター (Tillster) の「2026 Phygital Index Report」によると、45%が過去1年間で好みのチェーンが変わったと回答しています。

朝食メニューの終日提供: 朝食メニューの終日提供が広がり続けており、メーカーはより持ち運びしやすい形態の開発を進めています。サカーナ (Circana) によると、冷凍の朝食商品をランチに利用する機会は昨年18%増加しました。



グローバルフレーバーの浸透:

グローバルフレーバーを取り入れる傾向が拡大し続けており、若年層の消費者がすしなどの食品への関心を強めています。これには、より冒険心のある味覚や、食感とバラエティーを楽しむ傾向の高まりが反映されています。

ストレス管理が消費を形成: 米国消費者の約60%が、サプリメントや嗜好性の高い食品で積極的にストレスを管理していると回答しています。例えば、回答者の34%にとってチョコレートがメンタルウェルビーイングのサポートに結び付いています。



ペットフード需要の加速:

ペットフード需要は引き続き堅調で、特にペットの栄養をますます優先させるようになっているミレニアル世代とZ世代の間で顕著です。明確な健康メリットと原材料の透明性を備えた商品が支持を集めています。

クレアチンがフィットネスを超えて拡大: クレアチンは、従来のスポーツ栄養の枠を超えて進化を遂げており、新たな形態の商品が登場し、幅広い層に取り入れられています。消費者は、筋肉の健康や全体的なウェルネスをサポートするクレアチンの役割への関心を高めています。

本物志向の需要が増加: メニュー・マターズ (Menu Matters) のレポート「2026 Consumer Needs」によると、透明性、品質、有意義な商品差別化への期待を背景に、「本物」の食体験に対する消費者需要が高まっています。



「リテールセラピー」がスナック需要を後押し:

サカーナによると、「リテールセラピー」が購買行動に影響を及ぼし続けており、嗜好品としてのスナックと健康志向のスナックの両方の需要が高まっています。

技術とパッケージに対する圧力が顕在化: 食品メーカーと消費財メーカーは、サプライヤー管理におけるAI活用の拡大に備えると同時に、マイクロプラスチックへの懸念からパッケージ形態の見直しを迫られています。

手頃な価格の課題が継続: 食生活指針が更新されたにもかかわらず、米国人の半数近く (47%) が推奨事項を十分に守れていないと回答しています。ニューメレーター (Numerator) によると、価格が引き続き主な障壁となっており、食料品価格の高騰が懸念事項として挙げられています。



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

Trish James
Chief Growth 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.