

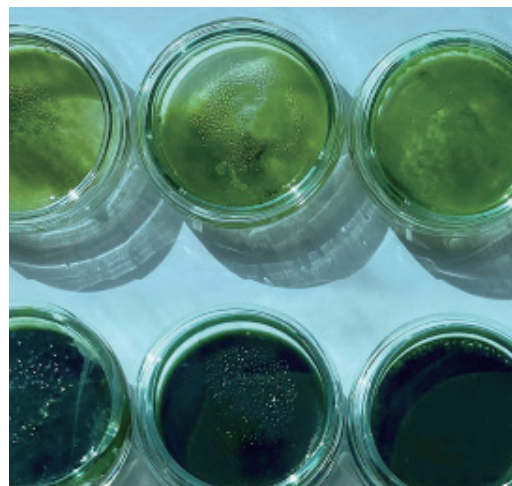
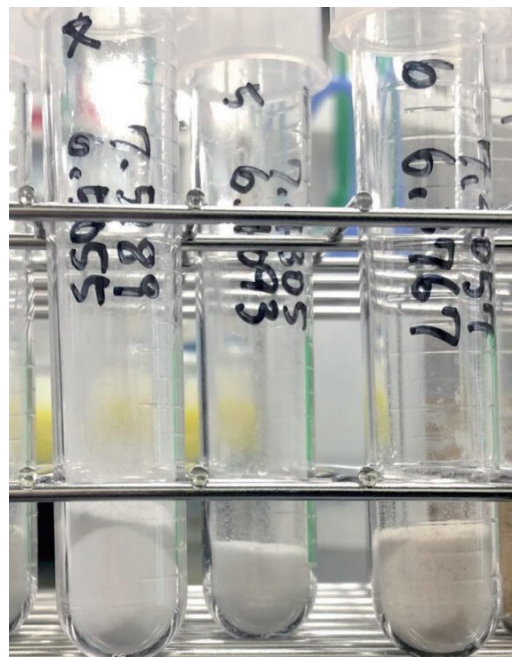
フードテックビジネスの実証事例

株式会社パソナ農援隊
令和7年3月

令和5年度 フードテックビジネス実証事業【農林水産省補助事業】
令和6年度 フードテックビジネス実証事業【農林水産省補助事業】

INDEX

フードテックビジネス実証事業とは	P3
1. 不二製油株式会社	P4
2. ベースフード株式会社	P6
3. 株式会社 YUMRICH	P8
4. 森永乳業株式会社	P10
5. 株式会社ぐるなび	P12
6.SAKE Generation 株式会社	P14
7.fabula 株式会社	P16
8. 株式会社 TWO	P18
9. デイブレイク株式会社	P20
10. 株式会社 Agnavi	P22
11. 株式会社 Kinish	P24
12.Glocal Food Design Lab.	P26
13. 株式会社 KIBO	P28
14. 株式会社 JAPAN CONDIMENTS	P30
15. リックス株式会社	P32
16. 合同会社クアッガ	P34
17. 株式会社クォンタムフラワーズ&フーズ	P36
18. フェルメクテス株式会社	P38
19.ASTRAFOODPLAN 株式会社	P40
20. 有限会社築地青空	P42



フードテックビジネス実証事業とは

世界的な人口増加等による食料需要の増大や、SDGsへの関心の高まりを背景に、食品産業においても、環境負荷の低減など、様々な社会課題の解決の加速が求められています。また、健康志向や環境志向など、消費者の価値観が多様化しています。

こうした多様な食の需要に対応し、社会課題の解決を加速するためのフードテックを活用した新たなビジネスの創出への関心が高まっています。

このような情勢のもと、国内においても、フードテック分野の研究開発、スタートアップ企業等による事業化の試みについては拡大しつつあるものの、社会での利用実績が少ないこと、必要なデータが未整備であること、スケールアップのノウハウが確立されていないことなどから、事業化に至っていない事例が多くみられます。

そこで、本事業においては、フードテック等を活用した技術の事業化のための実証を支援するとともに、実証した成果の横展開等を行うことで、多様な食の需要への対応、食に関する社会課題の解決及び食品産業の国際競争力強化のための新たなフードテックビジネスの創出を図っています。

実証事業の実施主体は、

- 1 フードテック等を活用し新たな商品・サービスを生み出す食品事業者、流通事業者、製造事業者、情報関連事業者、大学等の研究機関、食育・栄養関係団体、コンサルタント、海外食品事業者等を構成員とするコンソーシアムであること
 - 2 フードテック等を活用し新たな商品・サービスを生み出す単独の事業者であること
 - 3 ビジネスモデル実証事業実施主体の事業担当者が、フードテック官民協議会の会員であること
- としています。

(参考) 本事業におけるフードテックとは、拡大する食料需要への対応と環境負荷低減の両立、国内の未利用資源を活用した食品の生産、高齢者など食の制約のある者も楽しめる食のバリアフリーの実現、科学的な栄養管理による健康増進など、多様な食の需要への対応や、食に関する社会課題の解決のための新しい技術を指します。

フードテックビジネス実証事業の実施イメージ

分野

植物由来の代替タンパク質、昆虫食・昆虫飼料、ゲノム編集食品、細胞性食品、ヘルスフードテック（AI食・管理アプリ、アレルギー情報、減塩、介護食等）、食品ロス削減、アップサイクル等、スマート食品産業

技術

多様な食の需要や環境保護等の社会課題の解決に対応する食分野の新しい技術

ビジネス実証(例)



乳素材で 3D フードプリント



プラントベース調味料開発



AI を活用したイネ栽培



納豆菌粉を新規タンパク質源に

事業戦略検討、試作品製造、マーケティングリサーチ、商品デザイン、テストマーケティング、販路確保、原材料確保

結果

フードテックを活用した新事業の創出

- 環境負荷の低減など、国内外のニーズに対応
- 食料安全保障に貢献

summary

独自技術 MIRACORE® を活用した植物性ダシ「MIRA-Dashi®」を用い、「オールパースメニュー」の概念実証に取り組みました。動物性食品を控える人だけでなく、一般消費者にも“美味しい”と感じられるメニュー開発を目指し、著名シェフと連携して 20 品を開発しました。インバウンド需要が高まる中、観光・ホテル関係者への試食会や勉強会を実施し、植物性ダシの活用による食の多様性・効率的な厨房運用・輸出可能性など多角的な利点を提示しました。試食会では高評価を得た一方で、「伝え方」や「一般消費者への納得感」の課題も浮き彫りとなりました。今後は事例の創出と海外展開を視野に、持続可能な“誰もが楽しめる食”の社会実装を進めていきます。



エビ風味の植物性ビスコース

エビ風味噌ラーメン

蓮根のいとこ煮・コンソメ仕立て

成果

MIRA-Dashi® で 20 品開発、試食会で高評価・導入促進と海外展開の可能性も

MIRA-Dashi® を用いたオールパースメニューを 20 品開発しました。2025 年 1 月には大阪にて 60 名規模の試食会を実施し、関係者 47 名からアンケートを収集しました。66% が導入・推進に前向きな姿勢を示し、高い評価を得ました。特に“美味しさ”と“誰でも食べられるメニュー”を両立する価値が明確になりました。また、ラグジュアリーホテル向けの勉強会では 7 ホテル・計 30 名に植物性ダシの提案を行い、一部で導入が検討されています。麺の名店や著名シェフによるメニュー試作・試食も展開され、海外向けのお土産品としての活用可能性も見えてきました。SNS・WEB メディア・業界紙等を通じて、認知拡大も積極的に行われました。



オールパースメニュー試食会の様子

13 品のオールパースビュッフェメニュー

料理人向け勉強会の風景

実施内容



植物性ダシ（カツオタイプ）

本事業では、植物性ダシ「MIRA-Dashi®」を使い、動物性食材を使用せずに万人が満足できる「オールパースメニュー」の実現を目指しました。フレンチ、日本料理、ラーメン等、異なるジャンルのトップシェフ 4 名と連携し、計 20 品を開発しました。大阪で開催された試食イベントでは、関西のラグジュアリーホテル料理長、観光関係者、外食企業など 60 名に提供しました。食材制限があっても「美味しい」体験ができるという概念に高い関心が寄せられました。同時に、導入に際しては「顧客への伝え方」や「既製品使用への抵抗感」などの課題も共有されました。

さらに、ホテル、麺専門店、若手料理人向けに勉強会を計 10 回以上開催し、実際の導入・共同開発に向けた取組が進行中です。料理王国誌や YouTube、SNS、TV 等を通じた情報発信も行い、認知拡大を図りました。将来的な海外展開も視野に、オールパースメニューを通じた輸出促進や観光事業への貢献も模索しています。

今後に向けて

今後は、「オールパースメニュー」導入の事例創出とレシピ集の整備を進め、観光・外食事業者への本格展開を加速させます。インバウンド対応の需要が高まる中、調理・配膳の効率化を実現できるオールパースの考え方は、オペレーション面でも有効です。また、食の制限がない一般消費者への納得感向上のため、より魅力的なメニュー表現やサービス提案の在り方についても検証を進めます。さらに、植物性ダシの利点（畜肉を使わないため輸出可能、環境負荷が低いなど）を活かし、日本食の“オールパース型輸出モデル”としての可能性も検討しています。今後は海外市場向けのマーケティング調査や、お土産商品の開発・テスト販売を予定しており、国内外での認知拡大と導入促進を並行して展開します。日本食の多様性を支え、サステナブルなグローバル展開を推進するための基盤構築を目指します。

担当者からのコメント

動物性に依存せずに食の「満足感」を付加する植物性ダシがあれば、食における様々な課題解決に貢献できるとの強い想いを持って「オールパースメニュー」と表現しました。ただ、この新概念を理解してもらうのは難しく、トップシェフ陣の協力による試食会を通じた体感、さらには料理雑誌での記事化などで、漸くその意味が伝わったと実感しています。引き続き体感を通して理解者を増やし、共感の輪を国内外に広げたいと思います。



実証事業担当者：風味基材事業部 齋藤 努氏

問合せ先

不二製油株式会社

URL <https://www.fujioil.co.jp/>

MAIL miracore@so.fujioil.co.jp

TEL 072-457-2916

summary

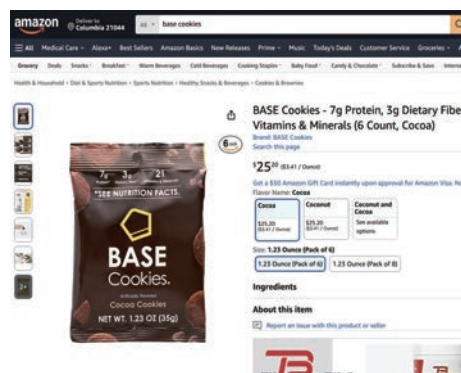
全粒粉や大豆タンパクなど自然由来素材を使った完全栄養食品「BASE FOOD®」を、米国および英国市場に展開するため、クッキーやパンケーキミックスを中心とした商品開発・サンプリング調査・テストマーケティングを行い、現地での受容性や喫食シーン、味覚・食感について情報を収集した。特に米国では、クッキーの販売を開始し、現地プレスリリースを通じて認知拡大も図った。一方で、食感や食習慣へのフィット感など、地域ごとの課題も明らかとなり、今後のマーケティング施策最適化への手がかりを得た。



成果

米英で商品調査を実施し、受容性や課題、実践知見を蓄積

米国での BASE Pancake Mix のサンプリング調査では「おいしさ」や「喫食シーン」に関するポジティブなフィードバックが得られた一方、食感や量、喫食頻度など商品スペックに関する改善点も浮き彫りになった。また、米国市場で BASE Cookies を販売開始し、現地メディアでの紹介を通じて一定の認知を獲得。英国では進出準備段階として、BASE Cookies と BASE BREAD の市場調査を実施し、製品ごとの受容性の度合いや、味や食感といった製品仕様に関する課題を確認。全体を通じて、原材料やパッケージ、表示など規制に適合した商品の開発や消費者理解の重要性、マーケティング面での深化の必要性といった、海外展開における実践的な知見を蓄積できた。



米国 amazon.com での商品掲載ページ



米国食品業界誌サイト記事掲載

実施内容



商品梱包イメージ

●米国での市場調査、上市 / テストマーケティング

FDA（Food and Drug Administration：米国食品医薬品局）の規制対応を含む商品開発を進めたうえで、BASE Pancake Mix のサンプリング調査を実施。味・価格設定・喫食シーンなどについて消費者の声を収集した。また、BASE Cookies の販売を Amazon・Walmart で 2025 年 2 月より開始し、現地メディアでの紹介を行った。

●英国での市場調査

英国では、BASE BREAD と BASE Cookies の市場調査を実施して、味・食感・包装・喫食シーン等の回答を収集し、それに対する評価を取得した。

今後に向けて

米国の関税引き上げへの対応を検討している。本事業に関わる部分では、本実証を通じて得た市場反応・課題を踏まえ、対応を進めていく。また、各国の規制への対応力強化に向け、社内でのノウハウ蓄積と品質保証体制の充実も進行している。消費者嗜好の面では、商品の食感や喫食頻度に関する課題があり、解像度の高い消費者理解を目指すとともに、本事業で明らかになった課題の検証を行い、マーケティング施策の最適化を進める。

担当者からのコメント

事業年度内での米国上市に間に合わせるため、米国向け商品開発のスケジュール管理に苦心しました。遅延を伴う手戻りが発生した際には、海外事業部内外で一丸となり対処し、予定通り年度内の上市を達成できました。また、パンケーキミックスのサンプリング調査では、栄養コンセプトおよび風味面で一定の受容性を確認できたものの、食感等に関する課題が浮き彫りになりました。



実証事業担当者：海外事業部 ドゥモンタルト健二 氏

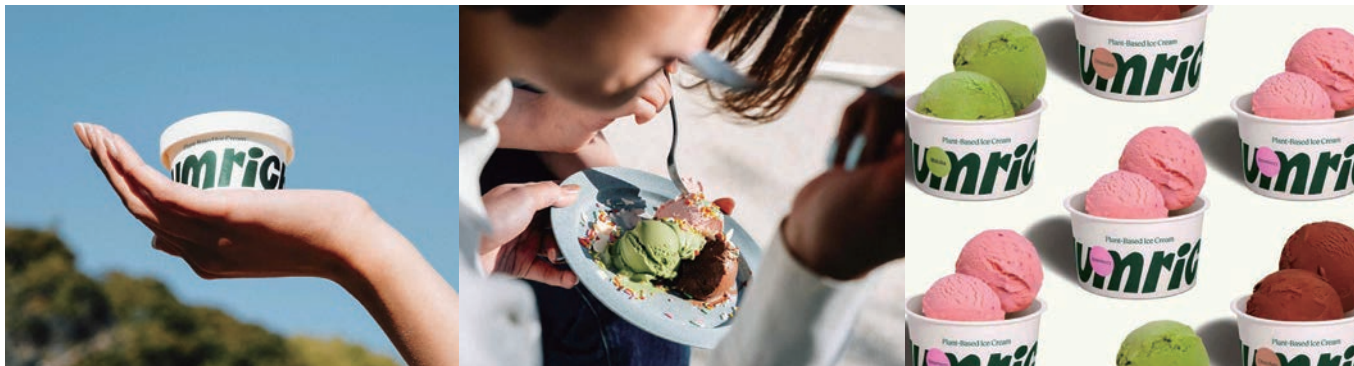
問合せ先

ベースフード株式会社

URL <https://basefood.co.jp/>
 MAIL kenji.de.montalte@basefood.co.jp
 TEL 070-8587-4614

summary

国産米や大麦を使用した植物性ミルクを独自開発し、それを基にしたプラントベースアイスクリーム「yumrich（ヤムリッチ）」の商品企画・製造・販売体制の実証を行いました。営業体制・製造体制の構築、ブランド構築、販促物・EC サイト整備、製造顧問指導による品質管理体制確立などに取り組み、都内を中心に営業活動を展開、小規模ながらも確実な市場反応を得ました。プラントベース市場拡大の潮流に対応し、日本発のプレミアムな代替アイスクリーム市場形成を目指し、デジタル流通基盤の構築など今後のスケールアップに向けた基盤を整えました。



イメージビジュアル

成果

販路拡大へ TiB 常設出展決定、EC 構築と環境配慮型製品でブランド強化も推進

リード獲得 170 件、商談 20 件、契約締結 6 件を獲得し、TiB 常設ポップアップ出展も決定し、販路開拓に一定の成果を上げました。EC サイト（Shopify）を活用したオンライン受発注システムも構築し、業務効率化とデジタル販路拡大のモデルケースを形成しました。売上は当初計画比ではややビハインドしているものの常設ポップアップ出展決定や営業パイプライン整備により、販路拡大の基盤を築きました。環境配慮型製品として、アップサイクル素材（モルトかす等）の活用も推進しました。ブランド構築に注力し、差別化されたビジュアル戦略・ストーリーテリング施策も実現できました。



POPUP キット

ポスター

ギフトセット

実施内容

●営業体制の構築

営業資料、店頭 POP、リーフレットなどの販促物一式を整備し、営業活動を本格始動した結果、着実に販路を拡大しました。

●製造設備の導入とブランド構築

製造設備を導入し、製造顧問との定例会議を重ね、食品製造における課題を洗い出し、初心者だった製造工程においても法令遵守・品質管理体制を確立しました。また、日本の抹茶・いちごなどの国産素材を活かしたフレーバー展開により、プレミアム感を打ち出しました。ブランド構築面では、ロゴ・ビジュアル・販促物など全体のイメージを統一しました。

●業務用販売サイト構築

デジタル流通の基盤としては、Shopify を用いた業務用 EC サイトを構築し、受発注業務のオンライン化を実現しました。これにより二人運営というリソース制約の中でも効率的な営業・受発注体制を整え、小規模食品メーカーの DX 化モデルケースとしても位置付けました。さらに、都内有数の商業施設 TiB にて 2 か月の常設ポップアップ出展も決定しました。今後の認知拡大と販路拡大に向けた重要な布石となっています。

上記の取組を行ったものの、売上規模は計画比でやや遅れ(当初 40 万円/月想定に対し、実績 7～9 万円/月)、今後は認知拡大・販路拡大施策の強化が必要と認識しました。特に、大口取引先（ホテル・飲食店等）開拓の重要性が浮き彫りとなりました。また、食品製造参入に伴う設備・許認可のハードルの高さも実感し、今後は外部パートナーとの連携強化を図る方針です。

今後に向けて

私たちのミッションは、「誰もが平等に“食”を楽しめる世界を実現する。」ことです。2025 年は認知拡大と販路開拓フェーズと位置付け、ポップアップイベントの実施拡大、SNS（Instagram・TikTok 等）活用、展示会出展を通じたプロモーションを強化します。業務用取引先（レストラン・ホテル・カフェ）の開拓を進めるとともに、業務用 EC（Shopify）による取引拡大も図ります。並行して、台湾・東南アジア市場への越境 EC・BtoB 展開の準備を進め、2026 年には本格的なグローバル展開を開始予定です。特に、環境配慮型・アレルゲンフリーという特徴を活かし、インバウンド需要や海外の健康志向層にも訴求します。BtoC 分野ではギフト・サブスクリプションモデルも試験導入し、ブランド認知と売上の多角化を進めていきます。

担当者からのコメント

私自身の幼少期のアレルギー経験や、妻のアメリカの家族が抱える食の問題を解決するために取り組んできました。本事業では、ブランド構築・販路整備・食品製造体制の確立の重要性を強く認識しました。プラントベース食品の認知度が低く、既存流通では導入ハードルが高いため、ブランディング強化と EC サイト構築を推進しました。また、食品製造においても、専門的な知見が必要であり、製造顧問の指導のもと品質管理や生産基盤を整備しました。さらに、販路開拓のため、ポップアップ施策や SNS 活用を行い、BtoB 取引の拡大を目指しました。



実証事業担当者：代表取締役 柳父 豊 氏

問合せ先

株式会社 YUMRICH

URL <https://yumrich.com/>

MAIL info@yumrich.com



summary

乳素材を活用し、3Dフードプリンター用インクの開発と社会実装に向けた実証事業を実施しました。従来のゲル化剤ベースとは異なり、乳素材による高栄養・高付加価値なインクを目指し、粘性・粘弾性・チキソトロピー性（※）等の物理特性データを取得しました。さらに、二次加工（加熱）後も形状を維持できる造形物を開発しました。実食イベントでは乳インクによる造形体験も行い、参加者から高評価を獲得しました。将来的には介護食、嗜好性パーソナライズ食などへの応用を見据え、海外市場もターゲットに据えています。乳素材の新たな市場価値を創出し、サステナブルで高栄養なフードテック市場への貢献を目指します。

（※）チキソトロピー性：「揺変性」と呼ばれ、外力を加えると粘度が低下し、外力がなくなると元の粘度に戻る可逆的な粘度変化の特性



実食イベントで展示した”ハート”

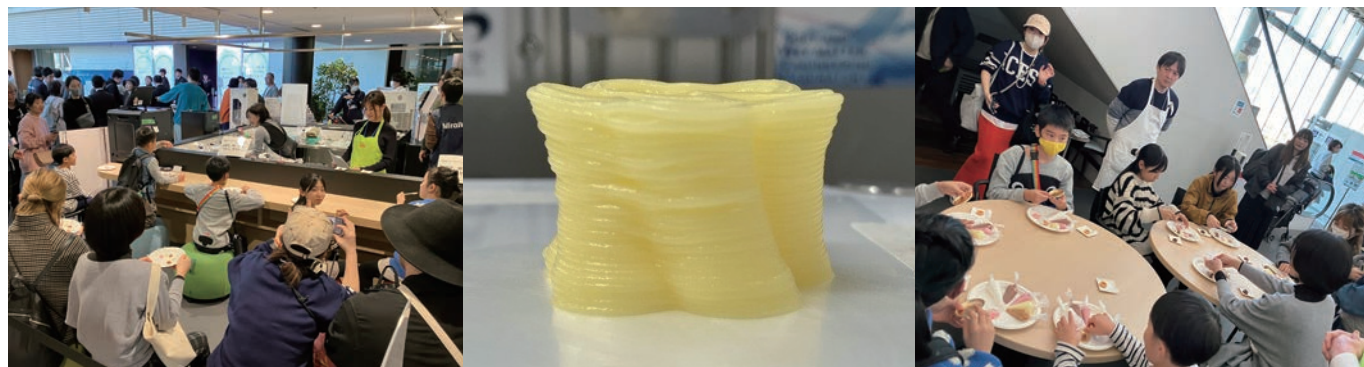
乳素材でプリントし、焼成した”花”

乳素材をふんだんに使った”ピザ”

成果

乳素材で3Dフードプリントに成功、未来食と輸出展望に向けた技術確立

乳素材を用いたインクの物理的特性値（粘性・粘弾性・付着性等）を設定し、3Dフードプリンターでの吐出性・造形性・保形性を検証した結果、複雑なオーバーハング形状のプリントにも対応できるサンプルを作成しました。また、熱を加える二次加工後も形が崩れない乳たんぱく質の選定に成功しました。実食イベントでは、一般参加者にプリンティング体験を提供し、「未来の食」として高い関心と好意的評価を得ました。さらに、日本科学未来館での検証や山形大学との連携を通じ、技術データを蓄積しました。サステナブル素材活用や海外輸出の可能性についても道を開きました。

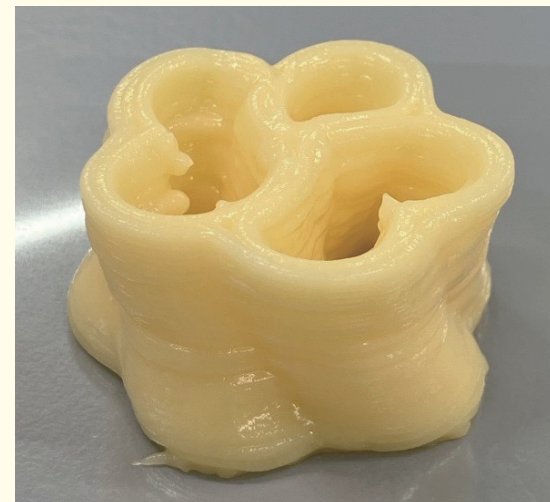


多くの来場者でにぎわった実食イベント

側面から見た”花”

プリンティング体験を楽しむ来場者

実施内容



乳素材でプリントした”花” 空洞とねじれがある複雑な構造

●インクの物理的特性値の設定

従来のゲル化剤主体のインクでは難しかった栄養価向上を図るため、乳たんぱく質を主要成分としたインクサンプルを作成しました。粘性、粘弾性、チキソトロピー性、付着性、流動性といった物理的特性をテクスチャーアナライザーとレオメーターで測定し、プリンター吐出・造形適性との相関を検証しました。

●造形物の二次加工の際の課題解決

検証の結果、適切な粘弾性を持つインクでは、複雑な構造体（オーバーハング、空洞を持つ花型）のプリントが可能であり、一定時間の形状維持も確認されました。また、焼成や蒸しといった二次加工後に形状を保てるかを評価し、乳たんぱく質由来の熱凝固特性を持つインクが変形を抑制する効果を持つことを確認しました。二次加工後の形状安定性試験では、乳たんぱく質配合サンプルのみが良好な結果を示しました。

●実食イベントの実施

山形大学主催「やわらか3D共創コンソーシアム」にて実食イベントを実施。日本科学未来館における展示では、24組の参加者にプリンティング体験を提供し、乳素材インクの社会実装の可能性をPRしました。メディアにも取り上げられ、認知拡大に寄与しました。

今後に向けて

今回得られた乳素材インクの物理特性データと造形・二次加工適性の知見を活用し、さらに高タンパク、高脂肪、高栄養バランス型インクへの応用開発を進めます。特に、介護食や医療用食、嗜好パーソナライズ市場向けに、見た目・食感・栄養を両立した商品群の開発を加速させます。3Dプリンターの分野に乳が活用できることが判明しましたが、一方で、今回使用したスクリー式3Dフードプリンター以外のタイプへの汎用性については今後の検証が必要であり、今後複数機種での互換性試験を行います。また、粉末化による保存性向上技術を活かし、海外市場、とりわけ3Dフードプリンティング分野が先行する欧米市場への輸出展開も視野に入れています。未利用素材や製造副産物との組み合わせによるサステナブルインクの開発にも取り組み、環境負荷低減にも貢献します。今後も学術機関・自治体・民間企業と連携し、乳素材を軸にした新たなフードテックの可能性を広げていきます。

担当者からのコメント

3Dフードプリンターの課題として、プリント品の衛生性の担保が重要と考えています。私たちは乳素材を使用して課題解決に取り組みました。乳素材をインクの原料として使用し、3Dプリントの造形適性と衛生性を両立する点が非常に困難でしたが、①プリンターの特性把握、②物理的特性データの取得、③乳たんぱく質の選定などを通じて解決の糸口を見出しました。



実証事業担当者：フードソリューション研究所 乳食品研究室
寺田 龍司 氏 堀江 良尚 氏 杉山 敦子 氏 堤 勇斗 氏

問合せ先

森永乳業株式会社

URL <https://www.morinagamilk.co.jp/>

MAIL yoshinao-horie518@morinagamilk.co.jp

summary

当社は、豆乳ヨーグルト市場への参入障壁の一因である「賞味期限の短さ」を克服すべく、冷凍保存が可能な製造技術の開発に取り組みました。本技術により、冷凍・解凍後も物性・食味の変化が少ない豆乳ヨーグルトを実現しました。植物性原料の持続可能性や食のバリアフリーの観点から、豆乳ヨーグルト市場の拡大が期待されていますが、保存性や物流面での課題がネックとなっていました。多糖生成能を持つ粘性乳酸菌の能力を最大限に生かす糖類の添加を通じてテクスチャーを改良し、冷凍後も滑らかさと風味を保持できました。社内官能評価でも高評価を得ました。展示会や商談を通じて国内外からの関心を得ており、将来的には商品としてのスケールアップとさらなる機能性付加の実現を目指します。



粘性乳酸菌で発酵させた豆乳

発酵させた豆乳を凍結・解凍したもの

展示会（ブース）の様子

成果

冷凍解凍後も滑らか食感を維持する豆乳ヨーグルトを開発、海外展開に期待

自社保有の多糖生成乳酸菌を用いた発酵により、冷凍・解凍後も液状化せず滑らかなテクスチャーを保つ豆乳ヨーグルトの開発に成功しました。冷凍条件や多糖生成を促す糖類（特にブドウ糖）の添加量を最適化し、-80℃での凍結が最も好ましいことを確認できました。社内官能評価では5点満点中4.7と高評価を得ました。展示会・講演会を通じた情報発信の結果、207社と接点を持ち、うち2社に対して粘性乳酸菌を提供、1社では商品開発が進行中です。冷凍保存による在庫リスク軽減や食品ロス削減、長距離輸送の実現性が確認され、特にチルド流通インフラが未整備な海外市場での展開が期待されています。



展示会・講演会用のチラシ

実施内容



ブドウ糖を添加した豆乳ヨーグルト

●流通性及び保存性を高める製造技術の実証

本事業では、賞味期限の短さから市場拡大の妨げとなっていた豆乳ヨーグルトを、冷凍可能とすることで流通性と保存性を高める製造技術の実証を行いました。自社保有の粘性乳酸菌（Lactiplantibacillus plantarum KY5-ES5）を発酵宿主とし、生成される多糖の保水力を活用して冷凍・解凍後も滑らかな食感を維持できる手法を確立しました。さらに、ブドウ糖の添加によりカードの粘性が向上しました。-80℃での凍結が最適であり、社内官能評価でも味・香り・口当たりで大きな違いは認められませんでした。加えて、スケールアップに伴い発生した解凍時の表面亀裂などの課題にも対応策を検討しました。事業期間後半では、展示会（SCBF2025）や講演会で情報発信を行い、海外からの引き合いも獲得しました。また、市場からの要望を受けて、粘性乳酸菌が生成する多糖の機能性に関する研究や、消費者属性ごとのセグメント分析も進行中です。

今後に向けて

今後は、冷凍豆乳ヨーグルト技術の海外展開に注力し、スケールアップ時の冷凍条件（急速凍結法、超音波凍結など）の検証と、より付加価値の高い商品開発に取り組みます。すでに海外企業からの導入意向があることから、2025年以降はマーケティング支援・輸出支援などと連動した技術提供モデルの確立を目指します。また、展示会や企業連携の中で見えてきた「おいしさ以上の価値」への需要に応えるため、粘性乳酸菌が生成する多糖の物理化学的特性に対する機能性評価にも着手しています。豆乳ヨーグルトはベジタリアン・ビーガン、アレルギー対応、嚥下困難者向けなど幅広いニーズに応える可能性を持ち、プラントベースフード市場の牽引役としての役割も期待されます。2027年には、世界市場での認知・利用が進む中で、当社技術を軸とした商品群が各国で展開されることを目指します。

担当者からのコメント

本事業では、冷凍可能な豆乳ヨーグルトの開発に取り組みました。凍結・解凍によるタンパク質の凝集やカードの液状化が課題でしたが、東京科学大学との共同研究で発見した粘性乳酸菌を活用することで、冷凍前後で変わらない滑らかなテクスチャーを保つ豆乳ヨーグルトが完成しました。今後は、この技術を活用いただけるメーカー様と協力し商品開発を進めるとともに多糖の機能性探索にも取り組んでまいります。



実証事業担当者：社長室 文化事業推進グループ 澤田 和典 氏

問合せ先

株式会社ぐるなび

URL <https://corporate.gnavi.co.jp>

MAIL sawada-ka@gnavi.co.jp

TEL 03-6744-6463

summary

酒粕の再資源化をテーマに、エチルα-D-グルコシド（以下「α-EG」）高含有の美容志向型日本酒製品（α-EG 日本酒※）を開発し、国内外市場での受容性を実証しました。デジタル・インフルエンサーマーケティング、展示会出展などを展開し、認知拡大を推進しました。また、消費者調査を実施し、美容効果訴求型の日本酒と酒粕製品の市場性と課題を明確化しました。フードロス削減と美容市場参入を両立させる、フードテック型の新たなビジネスモデル確立に向けた基盤を築きました。

※本製品は、一般的な日本酒に比べ 1.5 倍以上のα-EG を含有し、肌のハリ・ツヤ改善効果が期待されています。



日本酒で美しく、さらに潤いを：日本酒に秘められた美容成分αEGが肌に与える潤いとハリを徹底解説。毎日のスキンケアに日本酒がもたらす可能性を追求しました。

成果

SNS・広告・展示会で成果、認知拡大と輸出促進に向けた課題と展望

SNS 運用・デジタル広告・インフルエンサーマーケティングを通じ、フォロワー数増加（+300 名）、クリック率 2.05%、インフルエンサー投稿 38 件で、総いいね数 1400 件超を達成しました。消費者調査では、美容志向への関心は高いものの、製品認知度には改善余地があると判明しました。韓国・釜山の展示会では 3 日間で 300 件の商談を行い 25 件の成約見込みを獲得するも、現時点で輸出には至っておらず、今後のフォローアップが課題となりました。α-EG を活かした酒粕の有効利用を通じ、フードロス削減に向け、確かな成果と市場ポテンシャルを確認できました。



試飲会を実施：インフルエンサーや一般消費者への試飲、フードペアリング等、テストマーケティングを実施しました。

実施内容



凛と並ぶαEGのボトル：そのシンプルな美しさと繊細な味わいは、どんな場面にも気品を与えます。

α-EG 日本酒について、次の実証を行いました。

・デジタルマーケティング

Facebook や Instagram 広告を活用し、主なターゲットである女性層（20～40 代）への認知拡大を実施しました。

・インフルエンサーマーケティング・消費者調査

美容・食関連インフルエンサー 11 名を起用し、計 38 件の投稿で、総いいね数 1400 件超を獲得し、マイクロインフルエンサー活用の有効性が確認されました。また、オンライン消費者調査（500 名）を実施し、製品コンセプトへの好意度・美容訴求ニーズを分析しました。製品への関心度 60%、及び美容効果認知は半数未満に留まりました。

・展示会出展

釜山国際酒類展示会に出展し、300 件超の商談と 25 件の成約見込みを獲得しましたが、現時点で輸出には至っておらず、継続的なフォローアップと小ロット提案など追加施策が必要であることも判明しました。これらの活動を通じ、α-EG の美容・健康効果訴求がターゲット層に刺さること、市場拡大のポテンシャルがあることを実証できました。

今後に向けて

広告クリエイティブ改善、ターゲティング精緻化、現地販路構築強化など、今後に向けた改善点も明確になりました。今後は、酒粕を活用した多様な美容商品開発を進め、スキンケア・食品分野への横展開を加速します。国内市場では美容・健康志向層への訴求を強化しつつ、海外市場向けには現地トレンドに合わせたマーケティング戦略を展開予定です。さらに、製品に関する科学的エビデンス発信などを通じ、美容効果への信頼性向上を目指します。フードロス削減とサステナビリティ訴求を基軸に、食品・美容・環境の三位一体型ビジネスモデルの構築を進めます。

担当者からのコメント

本実証事業では、ターゲット層の購買行動の誘導が課題でした。広告やメッセージの最適化が必要でしたが、ターゲット層を広く設定したため訴求が曖昧になりました。そこで、ターゲット細分化、美容・健康訴求の強化、消費者調査の拡充、AB テスト（※）による検証を実施しました。今後は、本事業の結果を活かした商品開発や、効果的なターゲット層への訴求、販売チャネルの開拓を推進します。

※同じ要素の「パターン A」と「パターン B」を比較し、どちらがより高い効果（クリック率、購入率、開封率など）を出すかを検証する手法



実証事業担当者：代表取締役 島崎 かおり 氏

問合せ先

SAKE Generation 株式会社

URL <https://1chido.jp/>
MAIL info@sake-g.com
TEL 03-6775-8300

summary

東京大学発のスタートアップ企業として、キャベツや玉ねぎの皮などの食品廃棄物を 100% 原料とする新素材の開発・製造・販売・回収を行うものです。従来課題だった水分量の多さによる物流コストを考慮し、小さな地域単位での地産地消型循環モデルの構築を目指しました。環境・物流・地方創生という社会課題に横断的にアプローチする、先進的なサーキュラーエコノミーモデルを具現化しました。



成果

食品廃棄物由来の新素材で地域循環モデル構築、100 トンの廃棄物を価値化

食品廃棄物 100% を原料とした新素材の開発を通じて、地域内での循環モデル“fabula loop”の構築に成功。関東圏において素材調達から製品製造まで域内で完結できるサプライチェーンを確立し、年間 100 トン相当の食品廃棄物を価値化しました。主要地域での提携プレイヤー開拓も進展。また、100 種以上の廃棄素材による試作を実施、提携工場への技術指導を通じて、素材の強度・品質を大幅に向上。建材、雑貨、家具、什器等、多様な製品化が進行中。



素材として使用できる廃棄物の例

実施内容

● 100%食品廃棄物を原料とした新素材の開発・試作

東京大学酒井研究室の技術を基盤に、100% 食品廃棄物を原料とした新素材の開発・試作に取り組みました。乾燥・粉碎・熱圧縮成形により、バインダーを使わず、香りや色を活かした高機能素材を生成可能。白菜由来素材はコンクリートの 4 倍の曲げ強度を誇るなど高いポテンシャルを持っています。

●循環モデル“fabula loop”を実現

今回の実証では、特に地域ごとの小規模ループ構築に焦点を当て、関東圏で調達・加工・製造を一貫させ廃棄物に新たな価値を与える循環モデル“fabula loop”を実現することができました。

●提携先の開拓

北海道・関西・北陸でも提携先との協議が進み、地域に根差したモノづくりの可能性が広がっています。通算 100 種以上の食品廃棄物を素材化し、用途は雑貨から建材まで多岐にわたります。特に、関係企業との協業など、企業連携による製品展開も進行中です。

今後に向けて

地域資源循環型モデル“fabula loop”を全国各地で展開すべく、提携工場の拡大とともに、法規制対応（食品衛生法・建築基準法）も視野に開発を進めていきます。特に建材分野では、感性工学を活かした商品や、サステナブル建材の開発を進行中。マネタイズにはプロダクトの出口確保が不可欠とし、プロトタイプ開発やデザイナー連携による PR 戦略、地域性を活かしたブランディング施策も推進。また、UAE での展示など、グローバル展開への関心も高く、今後は海外協業先の探索も本格化する見込み。「ゴミにストーリーを与える」fabula の事業は、環境配慮・地方創生・エコ素材開発を一体化したユニークなモデルとして、食の枠を超えた社会課題解決を目指します。

担当者からのコメント

今回、ストーリー性を活かした地域循環モデルの構築を目指しました。原料調達、製造、企画、販売といったサプライチェーンをスモールスケールで構築するためには、様々なステークホルダーの理解と協力が必要であることを痛感しました。今回築いたネットワークを軸に、地域の歴史や文化を活かしつつ、地域で課題となっている社会問題を解決できる様なソリューションを「ゴミから感動をつくる」というヴィジョンの下に提供してまいります。



実証事業担当者：取締役 松田 大希 氏

問合せ先

fabula 株式会社

URL <https://fabulajp.com/>

MAIL dmatsuda@fabulajp

TEL 080-5706-4704

summary

プラントベースフード（以下、PBF）の市場拡大に向け、商品購入に影響を与える評価指標や訴求方法の開発を目的とした実証事業を実施しました。スイーツカテゴリ（ガトーショコラ、チーズケーキ）を題材に消費者アンケート調査を実施しました。その結果、PBF スイーツに求められるのは「動物性と変わらない美味しさ（特に食感）」「豊富な栄養素」「カロリー・脂質・糖質オフ」といった3つの要素であることが判明しました。さらに、ギルトフリー訴求や高級感あるパッケージが重要な購入要因となる傾向も確認されました。これらを踏まえ、今後、商品開発やパッケージ設計に反映させ、他社でも活用可能な PBF の評価軸 / 指標案などの作成を進める方針です。



生食感の濃厚ガトーショコラ

濃密レアチーズケーキ

Ever Egg（エバーエッグ）

成果

PBF スイーツ購入で最重視は「おいしさ」ギルトフリー要素も高評価

調査の結果、PBF スイーツの購入意思決定において最も重視されたのは「普段のスイーツと変わらないおいしさ」であり、特に口溶けや濃厚さが評価されました。また、食物繊維やたんぱく質といった栄養素に魅力を感じる層が多く、加えて「カロリーオフ」「糖質オフ」などのギルトフリー要素も高評価を得ました。「プラントベースであること」よりも「おいしさ」や「食感」が重要視されていることがわかりました。これらの結果から、消費者に訴えるコミュニケーション戦略が重要であることが明確になり、今後のパッケージデザインやプロモーションの方向性が具体化出来ました。



クリエイティブ・パッケージにも今回見えた方向性を活用していく方針

実施内容



濃密レアチーズケーキ等のスイーツを想定して調査を実施

●消費者調査（アンケート）の実施

PBF 商品の消費者の購買行動の要因を明らかにするため、全国規模の定量アンケート調査（スクリーニング2万人、本調査1,000人）を実施しました。対象はガトーショコラとチーズケーキで、味・成分・パッケージに関する認知・意向を分析しました。結果、PBF においては「動物性と変わらない美味しさ」への期待が最も高く、特に「濃厚さ」「口どけ」「まろやかさ」といった表現が購買意欲に影響を与えることが明らかとなりました。加えて、「食物繊維」「たんぱく質」などの栄養価、そして「低糖質」「カロリーオフ」といった“ギルトフリー”要素も消費者の関心を集めました。加えて、パッケージに対しては「高級感」や「味のイメージが伝わるビジュアル」が重要視されることが分かりました。

●調査分析結果を踏まえた評価軸・指標の検討開発

消費者調査（アンケート）の結果を踏まえ、「動物性と変わらない美味しさ」と「ギルトフリー要素」の両方を訴求し、消費者が魅力を感じるクリエイティブフォーマットや、商品の評価軸・指標を検討しました。EC サイトや販促等に活用するクリエイティブについては、前述の2つの重要な要素を表現できるフォーマット案を検討することができました。より具体的な評価軸・指標に関しては、引き続き検討を続け、実際の商品・プロモーション等に活用していく予定です。

今後に向けて

今回得られた結果をもとに、PBF 購入の意思決定に重要と思われる要素を商品のパッケージや販促物などに落とし込みを進め、市場における反響・売上への影響を検証していく予定です。第2段階では、展示会や流通パートナーとの接点を活かし、訴求方法の最適化を進めると同時に、他社でも活用可能な評価指標の汎用化を目指します。また、「美味しさ×健康＝ギルトフリースイーツ」というコンセプトを明確に打ち出すことで、新たなターゲット層の取り込みを図っていきます。さらに、売上への効果・消費者等からの反応などのフィードバックをもとに、PBF の評価軸 / 指標を含めた蓄積した知見を関連事業者へも共有していきます。

担当者からのコメント

本実証事業を通して、PBF の普及にあたって最も重要なポイントの一つである「美味しさ」を伝える効果的な表現を明らかにできた一方、それを店頭・ECなどの顧客接点に合わせて表現する難しさ大変さを改めて感じました。今回の実証事業では、当社が今後ベースとしていく表現の形を作ることができたので、今後は市場投入後の販売状況を見ながらブラッシュアップをしっかりと行っていきたいと考えています。



実証事業担当者：事業管理 小松 美貴 氏

問合せ先

株式会社 TWO

URL <https://2foods.jp/>
MAIL contact@2foods.jp
TEL 03-6869-0010



summary

特殊冷凍技術と食材販売を掛け合わせた SPA モデルの実証事業に挑戦しました。冷凍機メーカーとしての技術力を基盤に、自社主導による商品企画・販売・流通までを一貫して手掛ける新たな事業構造の構築につながりました。国内では、冷凍米飯や寿司の実証販売を展開し、手軽な自然解凍と高品質の両立で、ランチの需要にも対応できました。海外では、現地法人やパートナーとの連携のもと、冷蔵解凍技術や物流資材の開発を進め、米国の展示会にも出展しました。

※ SPA モデル：商品企画から製造、販売までを一貫して自社で行うビジネスモデル（Specialty store retailer of Private label Apparel の略）



特殊冷凍フルーツ



特殊冷凍刺身



特殊冷凍おにぎり

成果

冷凍寿司が国内外で高評価、SPA モデルでグローバル展開の足掛かりに

国内では冷凍寿司や米飯の販売が好評を博し、販売開始直後に完売するなど高い顧客評価を獲得しました。簡易解凍による提供の実現は、オフィスやホテル、外食産業の人手不足課題にもフィットしました。また、米国での展示会出展や独自資材による輸送実証により、現地消費者への訴求力も確認され、販路拡大への足掛かりを築くことができました。さらに、冷凍食品の解凍オペレーションの再設計や、現地向けにローカライズした商品開発を通じて、グローバルで通用する SPA モデルの有効性が裏付けられました。



小池都知事試食



LA 展示会



NY 展示会

実施内容



特殊冷凍寿司

●商品開発

冷凍おにぎり 6 種類、握り寿司 3 種類を開発し、冷蔵及び常温解凍で一定の品質を維持できる商品を開発しました。

●販売 / マーケティング

国内では、オフィスエントランスなどの厨房レス環境で冷凍寿司・米飯を展開しました。特殊冷凍技術により再現性の高い商品を自然解凍で提供し、短時間で完売実績を得ました。TIB（Tokyo Innovation Base）のイベントにも出展し、一般消費者への認知向上も図りました。海外では、冷蔵解凍という一般的にタブー視されていた解凍方法を実現し、簡便性と美味しさを両立させることができました。

●海上物流

海上輸送における温度管理リスクに対応すべく、耐熱性資材や新たなコールドチェーン（流通モデル）を自社で開発しました。米国の展示会出展や現地消費者のフィードバックも踏まえ、今後の本格展開に向けた体制を整備しました。

今後に向けて

冷凍寿司・おにぎりに続き、ラーメンやうなぎ、和惣菜など日本の多様な食文化を冷凍技術でグローバル展開する構想を描いています。加えて、地方生産者との連携や、自然栽培米を活用した商品開発を通じて、フードロス削減・所得向上・食料自給率改善といった社会的課題にも貢献できるビジネスモデルを構築していきたいと思っています。

担当者からのコメント

特殊冷凍技術を活用した日本食の輸出に向けて、実際に現地へ訪問する中で顧客の声を聞くことで課題やニーズが非常にクリアになり、事業推進のスピードが飛躍的に向上しました。百聞は一見に如かずという事実を改めて認識するとともに、まだまだ乗り越えなければいけない壁は沢山ありますが、米国そして世界の新たな市場開拓実現に向け、引き続き事業を進めていきます。



実証事業担当者：新規事業開発室 五十嵐 圭佑 氏

問合せ先

デイブレイク株式会社

URL <http://www.d-break.co.jp/>

MAIL artlock@d-break.co.jp

TEL 03-6453-7357

summary

株式会社 Agnavi は、日本酒を通じた新しい飲酒スタイルと地域活性の可能性を探るべく、「旅する日本酒店」の実証事業を実施した。トレーラーハウスを活用し、首都圏3か所（国立駅、新宿駅、武蔵境駅）で移動式日本酒販売イベントを開催。各地で消費者アンケートを行い、性別や年齢分布、一合缶に対する満足度、容器の好み、購入意欲、地域への関心などを多角的に調査した。その結果、日本酒は瓶が主流という既成概念がある一方で、一合缶の利便性や飲み比べニーズに一定の評価が得られた。東北地方の日本酒に対する関心が高く、訪問意欲も約9割と高水準。地域振興、観光推進、文化発信という複合的な波及効果が確認された。今後はコスト構造の見直しや企業協賛を得ながら、事業の継続性と拡大性を模索していく。



一合缶4本セット



旅する日本酒店ー国立駅ー



JR 東日本コラボ「E233 系」

成果

一合缶や東北の商品が好評、移動販売で地域関心と支持獲得

来場者は合計約1,500人、アンケート回収数150件と高い関心を集めた。満足度は5段階中4.09と高評価で、一合缶は「種類が楽しめる」「量が手ごろ」といった声に支えられ、特に4合瓶より一合缶を支持する声が6割以上を占めた。また、東北地方の日本酒に関心を示した来場者が多く、その地域への訪問意欲も8～9割と高く、震災復興に関するコメントもあった。トレーラーハウスによる移動販売という新スタイルは、多様な年齢層にアプローチでき、地元住民と観光客の両方から支持を得た。販売だけでなく、文化や地域への関心を喚起する場としても高い効果が示された。



富山県9蔵一合缶プロジェクト



旅する日本酒店ー新宿駅ー

実施内容



全国200種類以上の日本酒一合缶を展開 ＊一部抜粋

●移動型日本酒販売実証で一合缶好評

本実証では、トレーラーハウスを活用した移動型の日本酒販売イベントを、国立駅（10日間）、新宿駅（4日間）、武蔵境駅（11日間）の3会場で展開。営業時間は平日・休日ともに地域の特性に応じて調整し、来場者の利便性に配慮した。販売に際しては、スタンプ制度や販促物を活用し、集客と購買促進を図った。また、来場者に対してはGoogleフォームおよび対面でのアンケートを実施し、150件のデータを収集。性別・年齢・満足度・容器の好み・価格意識・地域への関心・訪問意向・居住地といった多角的視点で分析を行った。結果として、一合缶の高評価に加え、商品購入者の多くが「いろいろな種類を楽しみたい」「量がちょうどよい」と回答。訪問意向においては東北地方が最も高く、地域文化との結びつきを感じさせた。さらに、地域ごとの特徴に応じた訴求が有効であることも示唆され、今後の展開に向けた実践的な知見を多数獲得した。

今後に向けて

今後はコスト構造の見直しや企業協賛の確保を通じ、イベント運営の持続可能性を高めていく方針。利益化が実現すれば、テナントを活用した常設店舗の設置も視野に入れ、季節ごとのイベントやインバウンド対応強化により、新たな販路と顧客層の拡大を目指す。また、SNSや地域メディアと連携した情報発信を強化し、より効果的な集客戦略を展開する。アンケートや顧客の声をベースに商品開発や販売戦略を磨くことで、リピーターの育成とブランドロイヤリティの向上も狙う。3年目にはイベントの共催・制度活用・他企業とのコラボレーションを進め、常設型販売の足がかりを築く。地元特産品との連携、環境配慮型パッケージの導入など、社会的価値との融合も重視し、日本酒の魅力と地域の個性を掛け合わせた新しい価値提案を発信していく。

担当者からのコメント

トレーラーハウスを活用し、日本酒一合缶の販売実証を全3か所（国立駅、新宿駅、武蔵境駅）で実施し、アンケート調査を行いました。近隣のコンビニやスーパーでは同じ銘柄が多く、本企画を通じ新たな飲用スタイルの提案と地方の魅力発信ができました。多様性あふれる日本で、食を通じた地方創生を求める声も多く、本実証事業は大変有意義なものとなりました。



実証事業担当者：広報 日置 侑依子 氏

問合せ先

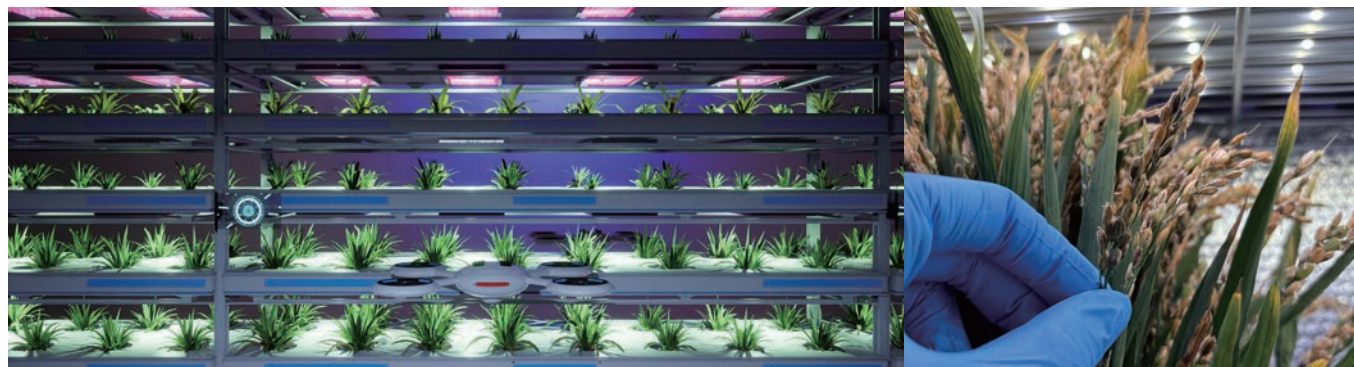
株式会社 Agnavi

URL <https://agnavi.co.jp/>MAIL info@agnavi.jp



summary

AI と植物工場を掛け合わせた新たな稲作の形として、「矮性イネ栽培型植物工場」のビジネスモデル実証を実施しました。近年の気候変動や水資源の枯渇、農業従事者の減少といった課題に対応すべく、高さ 20cm の小型稲を対象に室内栽培実験を行い、生育条件の最適化に取り組みました。



植物工場のイメージ図

矮性イネ（京のゆめ）

成果

矮性イネの最適栽培条件特定、室内 AI 栽培実現へ前進

矮性イネの最適栽培条件として、底面給水×青白 LED 照明×特定肥料処方（アンモニア態チッソ肥料多め）の組み合わせが良好な生育を促すことに効果的であることを特定。これにより、室内での安定的な栽培が現実的となり、ソフトウェア・ハードウェアの要件も明確化されました。静岡大学との共同研究を通じた試験は順調に進行中で、今後は生育最適化データに基づく AI 制御ソリューションの開発が進められる予定です。



自動化植物工場のイメージ図

AI を活用した植物工場のイメージ図

実施内容



静岡大学での栽培試験

●比較試験の実施

栽培最適化をテーマに植物工場内で「矮性イネ（京のゆめ）」を試験栽培。矮性イネの最適な栽培方法を明確化するため、照明条件、養液供給方式、肥料処方など複数の条件を組み合わせた比較試験を実施しました。静岡大学との共同研究体制のもと、2025 年 1 月末より播種・栽培試験を開始しました。

●AI を使用しての最適化栽培に向けて

栽培データは今後の AI 学習素材として蓄積され、栽培環境の自動制御へと展開予定。植物工場での栽培を前提としたソフトウェア要件、センサーや照明装置などのハードウェア要件も整理され、事業化に向けた準備が進行中。また、栽培過程における作業効率や種子消毒などのオペレーションも課題として抽出され、今後はマニュアル整備も進めていきます。

今後に向けて

今後の展開として、2025 年は研究開発フェーズとして矮性イネの最適な栽培モデルの確立を図り、翌 2026 年には実用プラントの開発へ進みます。2027 年には AI と自動化技術を導入した高度植物工場の実装・事業展開を予定しており、食料自給率の低い国々や農業従事者不足に悩む地域へのソリューション提供を目指します。国内外のフードテック関係者からも既に高い関心を受けており、特に水資源に制約のある国々（UAE、シンガポールなど）からの引き合いもあります。また、将来的にはイネにとどまらず、小麦・大麦・果菜類など他作物への応用も視野に、植物工場に特化した AI プラットフォームの構築も検討中。生産性と環境負荷軽減を両立したサステナブル農業の実現を目指し、次世代の稲作モデルを世界へ発信していきます。

担当者からのコメント

本実証事業を通じて小型イネの植物工場の実現に係る課題の概観を理解することができました。植物工場はどのような機器を導入し、それぞれの機器の設定から形成される環境づくりが重要視されますが、小型イネを効率的に育成するためのオペレーションも重要だとわかり、今後の小型イネ植物工場開発に向けて重要なインサイトを抽出することができ、非常に有意義な事業となりました。



実証事業担当者：CEO 橋詰 寛也 氏

問合せ先

株式会社 Kinish

URL <https://kini-sh.com/ja/>

MAIL info@kini-sh.com

TEL 090-7406-4232



summary

ニューヨークにおいてプラントベースフード（以下「PBF」）の試食会を開催し、海外市場におけるビジネス展開の可能性を実証しました。試食会では、5品のPBFミニコースを提供し、料理の提供と同時に「いただきます」の由来である五行食膳を軸に、文化的背景や哲学を語るワークショップ形式で実施。味や盛り付、精神性のプレゼンテーションに高評価が集まり、サステナビリティ志向の高い層から特に共感を得ました。



ワークショップの様子



ワークショップで使用した「いただきます」の資料

成果

PBF 料理に高評価、精進思想の国境超えた共有可能性を実証

ワークショップには18名が参加し、5品のPBFミニコースは、豆腐の味噌漬けやミルク粥、きのこの塩麹グリルなど、全て植物性素材を使用しました。参加者からは「シンプルながら深みのある味」「動物性不使用でも満足感がある」といった高評価が多く寄せられました。食材の背景や「いただきます」の文化的意義を解説しながら提供する形式が、特にサステナビリティや倫理的食志向の高い層からの支持を獲得し、精進料理の思想が国境や信仰を超えて共有可能であることが実証されました。



ワークショップで使用した料理五種

お寺のイメージ画像

実施内容

●試作品の作成

- 1) 豆腐の味噌漬け：味噌とカツオ風味のプラントベース出汁の風味がしっかりと染み込んだ豆腐は、シンプルながらも深い味わいを持つ一品です。
- 2) チコリミンチ詰め：チコリに詰められた大豆由来代替肉には、プラントベースのビーフコンソメ出汁風味とアメリカ人の好むスパイスで味付けがなされ、ヘルシーながら満足感のある一品です。
- 3) きのこの塩麹グリルライム釜：きのこを塩麹でマリネし、ライムの香りとともにグリルした料理。きのこの旨味が引き立つ、さわやかな味わい。豚骨風味のプラントベース出汁を使用しました。



- 4) ミルク粥：優しい味わいの粥は、心と体を温める一品。プラントベースの鶏出汁風味の出汁と米糀ミルクはアメリカでも販売して欲しいと非常に人気が高かったです。
- 5) 彩蒔絵：精進料理ならではの美しい盛り付けが特徴で、目でも楽しめる一品。上にかけての糀みつは人気上々です。

●現地試食会

令和6年11月13日にニューヨークにて、上記の試作品を用いた精進料理の試食会をワークショップ形式で開催しました。ここでは、日本の伝統的な精進料理の考え方や技法を紹介しつつ、現代のライフスタイルや価値観に合わせたアプローチを提案し、食を通じた心の豊かさや持続可能な生活の重要性を伝えました。参加者は、年収\$100,000以上の食や健康に対する意識が高く、多様な人種や宗教等を背景とするNY在住20代～50代の男女18名でした。

・現地試食会での参加者の評価・反応

味・見た目（盛り付け）・コンセプトの3点において高評価を得、異文化間での倫理的食の共感性が確認されました。味の点では、特に「豆腐の味噌漬け」や「チコリミンチ詰め」「彩蒔絵」は、素材の持ち味を最大限に引き出している、との評価、一方で、「もう少し味付けを濃く」といった意見もあった。また、精進料理の哲学や背景への関心が強いことがわかりました。

今後に向けて

メニューのバリエーションを増やすことが重要です。そのため、定番のメニューな料理や調理行程の多いメニューも追加することで、より幅広い層への訴求を強化します。また、ヴィーガンやグルテンフリーなどニーズ別に対応したレシピ開発を進め、食の制限がある人だけでなく一般層への訴求力も高めていきます。さらに、「食を食文化とともに提供する」というコンセプトに共感するレストランやシェフ、企業との協業を模索し、事業化への基盤を構築します。このようなことを通じ、食を通じた倫理的・文化的メッセージの発信と、グローバル市場での精進料理の可能性拡大を両立させた活動を継続します。

担当者からのコメント

単に日本のPBFを紹介するのではなく、日本文化と組み合わせたプレゼンテーションを行うことを大切に考え、その部分では「いただきます」の心を伝えるワークショップで確かな手応えを得ることができました。PBF自体のニーズも日本に比べてとても高かったですが、「淡味」を基本とした味付けに「物足りない」という反応もあり、いっそうの工夫が必要だと感じる場面もありました。



実証事業担当者：代表 青江 寛峰 氏

問合せ先

Glocal Food Design Lab

URL nakamichi.world

MAIL info@nakamichi.world

summary

食品加工の知見者がフードテック技術を適切に活用することで、規格外いちごのアップサイクルによる高付加価値商品の開発・検証を行いました。特に BtoB 市場をターゲットに、一次加工品（ピューレ、シロップ、冷凍カット等）および、それらを用いたソルベ・ジェラートなどの冷菓を開発し、品質・保存性・味覚・色味などの客観的評価を実施しました。シェフやパティシエとの協働により、製菓業界の視点からも高評価を獲得しました。本実証実験は、フードロス削減と農産物の持続的利活用を両立させる新たなビジネスモデルの構築に寄与するものです。



加工方法の異なるピューレ

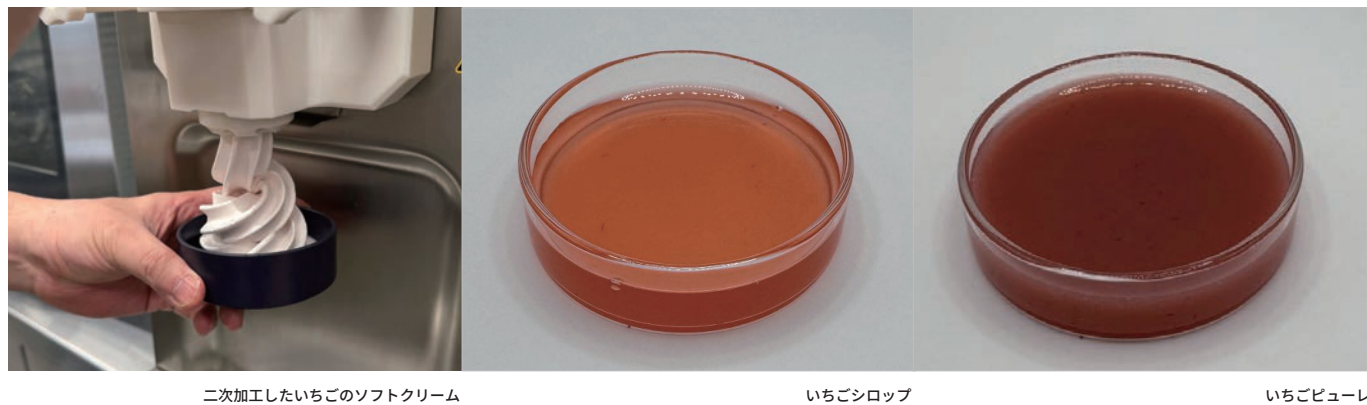
いちご農園

収穫前のいちご

成果

規格外いちごの安全性と味を実証、加工・商品化への高評価と可能性確認

- ・ **安全性の確認**：菌検査により、水洗浄および加熱処理によって規格外いちごでも安心して加工可能であることを確認。未洗浄の状態でも基準値内でしたが、洗浄および加熱処理によってさらなる安全性が得られました。
- ・ **味覚評価**：味覚センサーによる分析にて、高温加熱では甘味が減少する傾向がある一方、「あまりん」のうま味の強さやバランスの良さが数値で裏付けられました。
- ・ **現場からの高評価**：複数のプロフェッショナル（シェフ・パティシエ）による試食において、味・香り・見た目すべてにおいて高評価を獲得。商品化の可能性を裏付ける結果となりました。



二次加工したいちごのソフトクリーム

いちごシロップ

いちごピューレ

実施内容



出荷前のいちご

●規格外いちごを活用した試作と製品化検討

埼玉県産「あまりん」の規格外品（冷凍・生果）を活用し、以下の工程を実施しました。

- ・一次加工（洗浄、加熱／非加熱、加糖／無糖、果肉有無）
- ・二次加工（ソルベ、ジェラート、ソフトクリーム）

試作品には菌検査、味覚センサー分析、色味分析を実施し、品質を定量化。特に「うま味」の数値が高く、海外製ピューレとの差別化要素となりました。

●商品の市場検証

経験豊富なシェフやパティシエと連携し、商品サンプルを複数の料理人に提供。現場での使用性、評価をもとに商品化に向けた方向性とブランド設計の基礎を確立しました。

今後に向けて

国内の高級スイーツ市場や健康志向の食品市場へのアプローチを強化していきます。商品開発面では、風味を損なわず甘味を保持できる低温加熱技術の確立と保存技術の改善が必要です。商品化の方針としては、①パティスリーなど向けには原料としてのシロップ、ピューレの提供を目指す、②カフェ、飲食店向けには二次加工の手間がかからないソルベやジェラートの開発を進めていきます。

担当者からのコメント

これまでの6次産業化支援では、一般消費者向け商品（ジャム、ドライフルーツ、冷凍品など）が主流であり、食品表示やデザインのハードルも高く、販売に結びつきにくい現状がありました。本実証では BtoB 市場にフォーカスし、プロが使いやすい商品設計を徹底。「あまりん」の持つ高いうま味が、海外製原料との差別化要素となり、今後の商品化に向けた重要な知見が得られました。



実証事業担当者：代表取締役 品川 結貴 氏

問合せ先

株式会社 KIBO

URL <https://kibo.co.jp/>
MAIL info@kibo.co.jp
TEL 03-6820-0203

株式会社 JAPAN CONDIMENTS

発酵原料及び乳化技術を活用した
米国向けビーガン調味料のスケールアップ・ビジネスモデル実証JAPAN
CONDIMENTS

summary

米国市場向け発酵調味料「ジャパニーズビーガンマヨ」のスケールアップとビジネスモデルの実証を行いました。当該商品について、酒粕と乳化の安定化、賞味期限延長、輸送耐性テスト、米国市場でのニーズ検証を実施しました。飲食店・小売店・消費者からは高評価を獲得し、特に味わい、汎用性、ヘルシーさへの支持が多かったです。さらに、在庫管理・ニーズ分析を統合する IT 基盤を構築しました。酒粕という日本独自の発酵素材を武器に、ヘルシー志向とビーガンニーズが拡大する米国市場に新たな可能性を切り拓き、サステナブルなフードビジネスモデルを構築できました。



米国市場向け調味料ブランド CABI / キャビ



酒粕を利用したビーガンマヨネーズ



米国の生活を意識した商品開発

成果

高評価のプラントベース調味料を開発、多用途で好評

製造・輸送・賞味期限テストを経て、乳化安定性と 18 カ月以上の賞味期限が実証されました。飲食店・小売店・消費者を対象に試食・アンケートを実施し、「クリーミーで旨味のある味わい」「汎用性の高さ」「ヘルシーでプラントベース」といった評価を得ました。特に寿司、サンドイッチ、サラダなど多様な用途に好評です。オンラインでも試験販売とサーベイを実施し、リピート意向や友人紹介意向が高かった。一方で、パッケージ改良や辛さの調整など課題も抽出しました。生産効率・粗利率向上にも取り組みました。



ニューヨークの食料品店での試食会



ニューヨークのレストランでの試食会

実施内容



WHOLE FOODS での試食会

●発酵調味料「ジャパニーズビーガンマヨ」の生産・市場検証

製造工程ではスケールアップテストを実施し、粘度調整や酒粕の味わいバランス調整を繰り返し、歩留まり 90% 前後で安定した乳化・品質を確立しました。また、18 カ月の賞味期限、輸送テストにより航空・船便両方に耐える安定性も確認できました。

市場検証では、NY を中心に飲食店へのサンプル提供と消費者向け試食会を実施しました。消費者評価では、味・使いやすさ・ヘルシー志向との親和性について高評価を得て、再購入意向も高い結果となりました(平均 4.56 (5 点満点))。また、Whole Foods や H-E-B を含む小売店舗にサンプルを展開し、計 10 回の試食会を実施しました。

●オンラインでの試験販売とサーベイなど

自社 EC と Amazon 内検索キーワード分析、カスタマーレビュー分析を通じて、消費者のニーズ・改善ポイント(パッケージ、辛さレベル調整等)を具体的に把握しました。CIN7 を中心とした在庫管理・データ統合・需給予測の IT 基盤を構築し、リアルタイムでの在庫・販路管理体制も整備しました。

今後に向けて

今後の課題として、①量産需要に対応するための製造設備増強・委託先拡大、②飲食店向けの大容量・低単価バリエーション開発、③酒粕など原材料の品質管理体制強化が挙げられました。そのため、安定供給体制と生産品質管理体制を整備します。また、販路もニューヨーク中心から全米主要都市圏へと拡大を目指し、そのための広告最適化・小売店バイヤー開拓等により、認知度向上と売上増を目指します。商品改良面では、消費者評価に基づき、辛さやパッケージの改良を進めます。将来的には酒粕以外の発酵素材や新たなプラントベース調味料開発も視野に入れ、サステナブルなフードテックブランドとしての地位確立を目指します。

担当者からのコメント

本実証事業を通じて、商品開発から市場展開に至るまでのさまざまな課題と学びを得ることができました。原材料の特性や製造プロセスの最適化、輸送手段の選定など、品質維持とコストバランスの両立が求められる場面が多くありました。また、市場検証を通じて、製品の独自性が評価される一方で、消費者視点での改良の必要性も明確になりました。本取り組みは、今後の商品開発や市場導入の指針を考える上で貴重な機会となりました。



実証事業担当者：代表取締役 石田（野村）美紀 氏

問合せ先

株式会社 JAPAN CONDIMENTS

URL cabifoods.com 米国子会社 Cabi Foods, Inc.

MAIL hi@cabifoods.com 米国子会社 Cabi Foods, Inc.

TEL 090-7036-4865

summary

流体機器分野での知見を活かし、フードテック領域への新規参入として「超低コスト連続培養装置」の開発に取り組みました。本実証事業では、従来のバッチ式細胞培養に代わる連続培養方式を採用し、ランニングコストの大幅な削減と高い生産性の両立を目指しました。また、細胞の足場材として汎用樹脂フィルムを活用することで、従来のバイオ専用素材に比べて大幅な低コストでの培養が可能であることがわかりました。



液体回転継手

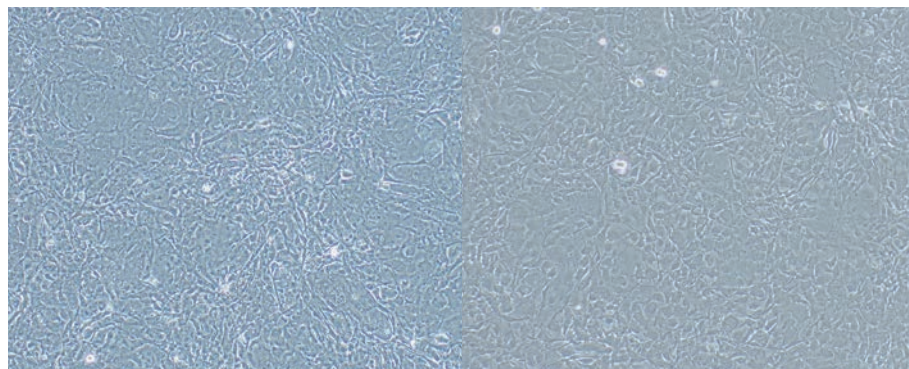
クリーンベンチ内培養テスト

位相差顕微鏡

成果

高性能培養フィルムを開発、装置低コスト化と 2026 年販売に向け技術確立

マウス由来細胞を用いたフィルム上での培養試験を行い、汎用樹脂フィルムに特定の前処理を施すことによって市販の培養専用ディッシュと同等、またはそれ以上の性能を発揮することを確認しました。さらに、脂肪細胞への分化誘導も可能であることを実証しました。また、フィルム品質を定量的に評価する手法も確立し、装置実用化に向けたプロトコルの確立が進んでいます。これらの成果により、連続細胞培養装置の低コスト化・高性能化が現実味を帯び、2026 年度の装置販売開始に向けた技術基盤が整いつつあります。



フィルム上培養 (3T3L1)

接着細胞専用ディッシュ培養 (3T3L1)

実施内容

●要素試験機（連続培養装置）の製作

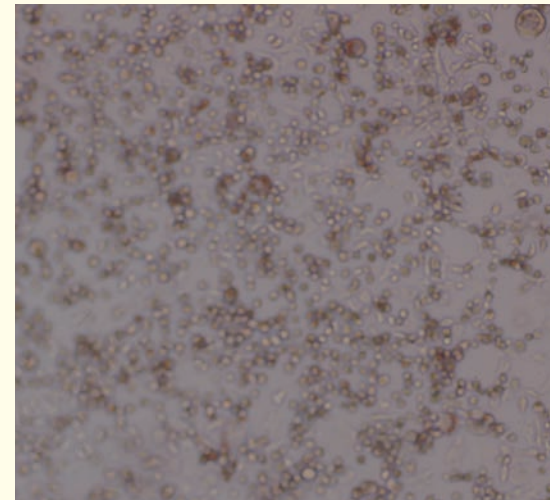
今回の実証事業では、要素試験機の製作を行い、「連続培養技術」と「超低コスト培養基材」の2軸で開発を進めました。従来のバッチ式に比べて工程の無駄を省ける連続生産方式を採用し、さらに足場材に汎用の樹脂フィルムを活用、これにより、通常高価なバイオ用ディッシュに代わり、コストを大幅に削減できる可能性を追求しました。

●マウス由来細胞によるフィルム基材培養の実現

播種から増殖、分化、回収までの基材培養では、検証に複数のフィルム素材・型式を用いて比較実験を行いました。フィルムを使う実験に特有の種々の問題をクリアし、ばらつきの少ないデータを得るプロトコルを確立しました。様々な前処理の方法、条件での培養能力を検証することで、市販の接着細胞専用培養ディッシュに対し 80% 以上の培養性能を発揮できることを確認しました。脂肪細胞への分化性能にも影響がないことも確認しました。

※ Oil Red O 染色

Oil Red O 色素により脂肪細胞や脂質を赤色に染色するもので、古くから脂肪細胞や中性脂肪の検出に広く用いられている。



Oil Red O 染色後

今後に向けて

今回の実証を契機に、連続培養装置の量産および市場投入に向けた具体的ステップを加速化します。2025 年度には、マウス由来細胞での連続培養・回収と、可食細胞であるニワトリ脂肪細胞の培養技術確立を目指します。また、ロール to ロール方式を用いたフィルム搬送型の連続装置開発にも着手し、効率化と無菌連続運転の実現を図ります。コスト面では、汎用フィルムの活用によるさらなる低減を追求し、将来的にはバイオ医薬品用途や地方創生型の小型生産ユニットへの応用も想定しています。装置完成後は、ユーザーが簡単に操作可能な設計とし、バイオ技術に不慣れな現場でも活用できる製品として提供していく予定です。

担当者からのコメント

今回の事業の取組の難しさは、フィルム素材が浮きやすいということでした。本実証では、培養専用ディッシュとの比較検証を行うにあたり、信頼のおけるデータが採れるようになるまで、その実験プロトコルの確立に多くの時間を費やしました。目指す目標の有効性、将来性の確認はできましたので、今後は量産に向けての技術確立を目指し、開発、実証を続けて参ります。



実証事業担当者：N B 開発本部 N B 企画部 N B 技術開発グループ 中島 雅夫 氏

問合せ先

リックス株式会社

URL <https://www.rix.co.jp/>

MAIL NBPlanning@rix.co.jp

TEL 092-611-8707



summary

食品ロス削減を目的とした地域密着型オンラインフードシェアリングアプリ「トリニコ」の開発・実証を行いました。地域の飲食店で発生する余剰食品を、即時に近隣ユーザーへ通知し、取りに来てもらうことで食品ロスを削減する仕組みにより、さらなる利用店舗とユーザー数の拡大を目指しました。



サービスの概要図



利用フロー

実施内容



イベント出店の様子

●フードシェアリングアプリの開発・運用

飲食店の食品ロスを削減する地域密着型フードシェアリングアプリ「トリニコ」の開発を行いました。ユーザーは、地域内で発生した余剰食品の出品情報をアプリで受け取り、店舗に直接取りに行く形式です。サービス開始にあたり、要件定義・開発を経て2025年2月に正式リリース後、現在は湘南地域（横須賀～藤沢）を中心に運用しています。また、地域ごとの距離感・生活動線を考慮した出品地域の戦略設計も進行している中、外国人ユーザーの多い地域特性を活かし、多言語対応も進めています。

●イベント等の取組

出展イベント（湘南パン祭り等）やフライヤー配布、オンライン広報を通じて認知拡大を図っています。利用店舗からは「ロス削減効果」「新規顧客獲得」などのメリットが報告されています。

今後に向けて

今後は、湘南地域を中心に密集型の店舗展開とユーザー集客を強化し、年内に利用店舗150件、ユーザー1万人超を目指します。英語対応やマップ・クーポン機能の導入により、外国人観光客や在住者にもリーチを広げ、特に横須賀（米軍基地）や鎌倉などでの外国人向けプロモーションを計画中です。また、継続出品の手間、営業時間内での引き取りに対する懸念等を改善していく為、継続出品を促すアプリの予約機能や通知機能を強化し、継続的な営業・フォローアップを行っていきます。店舗のオペレーション負担を軽減した上で、同様の仕組みをフィリピン・台湾などアジア近隣国にも展開する方針です。地域での共感を基盤に、食品ロス削減と地域経済の循環を実現する持続可能なモデルを構築し、地域住民と飲食店が共に支え合う「フードシェア文化」の醸成と、ブランド毀損の懸念を軽減しながら、近距離でのマッチングによる低カーボン社会の実現を目指します。

成果

アプリ実証で5店舗参加、継続利用意向高く需要を確認

実証開始後からアプリの開発に着手し、2025年2月から湘南地域でアプリ「トリニコ」の実証を開始しました。地域のパン屋等へのアプローチの結果、2月末時点で、5店舗での出品、ユーザー数約100人を獲得しました。利用店舗すべてから高い継続利用意向（5店舗/5店舗）を得ており、特にイベント後の余剰品活用や新規顧客へのリーチ、当日期限品の販売が評価されました。短期間ながら、一定のニーズがあることを把握することができました。



リリースしたアプリ

担当者からのコメント

弊社はいまでも小規模な製造小売業の食品ロスの削減を、通販という形で取り組んできました。今回、通販でなく実際に店舗で解決するという方法を試すと、より人とのコミュニケーションが必要だということがわかりました。店舗の既存のお客様にどうみられるかという点が課題で、今後この点は、機能を店舗に寄り添った形に改善、修正していく必要があると感じています。



実証事業担当者：代表 斉藤 優也 氏

問合せ先

合同会社クアッガ

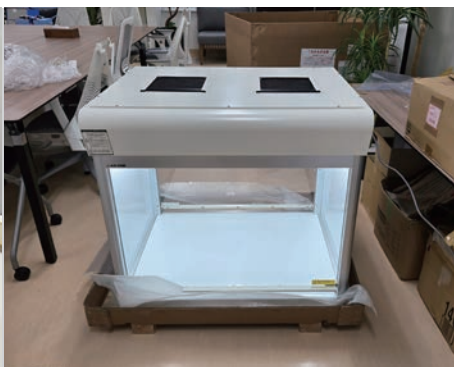
URL <https://quagga.life/>
MAIL contact@quagga.life
TEL 03-4595-0099

summary

当社は、中性子線育種技術を活用し、食品用微生物である乳酸菌に有用な変異を導入する新たな開発サービスの実証に取り組んでいます。農業分野で放射線育種として従来ガンマ線が用いられてきましたが、本実証事業では、中性子線育種技術を活用し、食品用微生物である乳酸菌に有用な変異を導入する新たな開発サービスの実証に取り組みました。



電子顕微鏡



クリーンベンチ

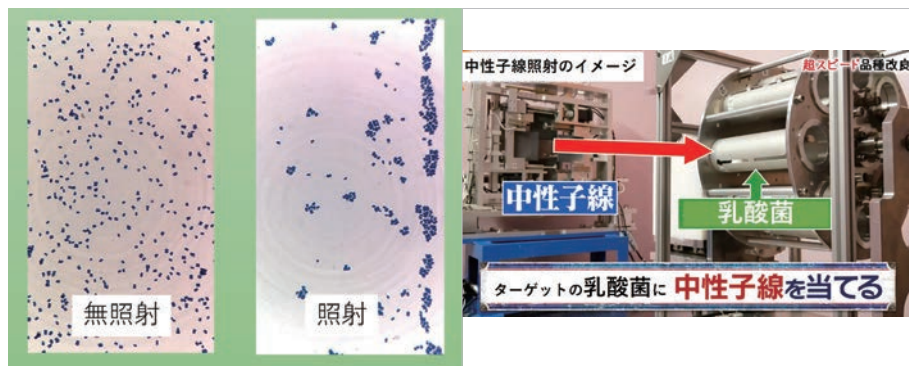


放射線計測の様子

成果

乳酸菌への中性子線照射で変異導入に成功、輸送実用性も確認し商用育種へ前進

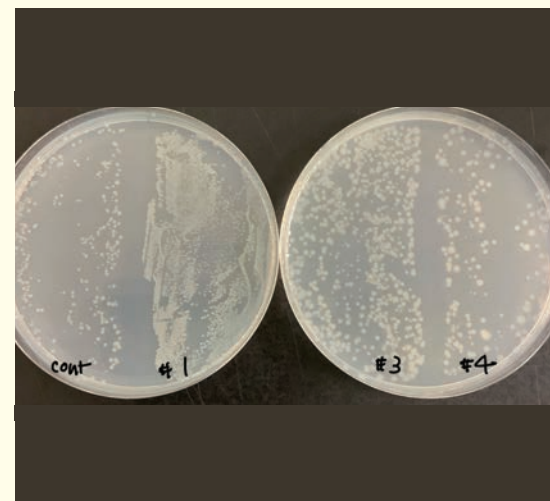
本実証事業では乳酸菌 2 系統に対し中性子線を照射し、形態的な変異（連鎖性の変化、色、大きさ）を顕微鏡および培養評価で確認。増殖性には有意差は見られなかったが、変異導入自体は成功と判断されました。また、菌の輸送手段として、冷凍保存したグリセロールストックの輸送・照射・再凍結・再培養の一連の流れでも、生菌率に問題がないことを確認し、物流面での実用性も立証されました。酵母などの真核生物の育種では複数実験で変異が得られており、原核生物である乳酸菌でも変異導入ができたことで、フェーズ 1 を終えた本実証は、次年度以降の有用変異導出、商用菌株の開発に向けた基盤づくりとして大きな成果を残せました。



乳酸菌の顕微鏡写真

中性子線照射の仕組み

実施内容



（参考）耐性培養試験※のイメージ
※薬剤耐性菌の検出や薬剤の有効性を確認するために行われる検査

●中性子線による乳酸菌の機能改善技術の検証

京都大学の加速器設備にて中性子線照射を実施し、照射後の菌体を LAB バイオテック社および自社で培養・観察。培地上でのコロニー形成、色、連鎖形態の変化などから変異の兆候を確認できました。

●菌の輸送方法

グリセロールストックによる冷凍輸送・自然解凍・再凍結を経て生菌状態を維持し、変異を導入できることが確認できました。

今後に向けて

今後の展開として、フェーズ 2 では変異体の中から実際に酸性耐性や増殖性、整腸作用等の強化が確認できる有用株の導出を目指します。フェーズ 3 ではそれらの菌株を活用した新たな原料乳酸菌（例：アレルギー緩和や植物代替乳製品向け）の創出を実施し、食品メーカーや飲料事業者に向けた開発サービスとして展開した上で、スクリーニングの効率化に向けた自動評価系の構築や、乾燥菌体による輸送手法の検証を目指します。機能性表示食品や地域特産菌のブランド化など多方面での応用も期待される中、安全性への理解促進に向け、科学的情報の可視化、専門機関との連携、ポジティブなネーミングの工夫などにも取り組みを進め、科学的なエビデンスに基づいた広報・啓蒙活動を強化する方針です。

担当者からのコメント

本実証事業で中性子線による変異導入が確認でき、開発手法としての可能性が確認できました。乳酸菌は人々の健康に欠かせない存在で、新たな機能や産生の改善といった乳酸菌の開発は市場からのニーズが高く、効率的な改良手法が求められています。今回の実証では、評価・スクリーニングの方法についての課題が明確になったので、さらに改良し、中性子線育種技術を活用した乳酸菌開発を実用化できるよう取り組んでいきます。



実証事業担当者：取締役 宇留野 秀一 氏

問合せ先

株式会社クオンタムフラワーズ&フーズ

URL <https://qff.jp>

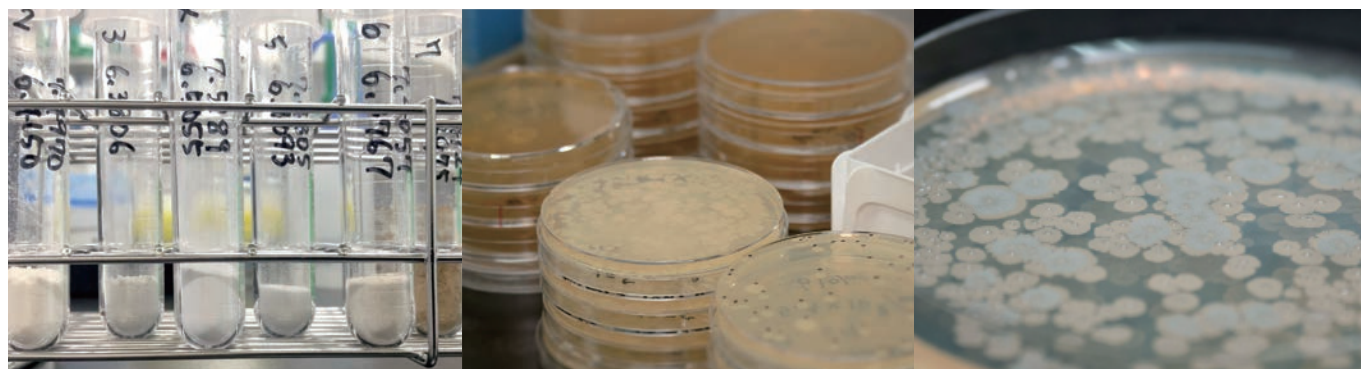
MAIL shuichi.uruno@qff.jp

TEL 050-7103-6063

summary

2050年のタンパク質危機に備え、納豆菌粉「kin-pun®」を新たなタンパク源とする実証事業を展開しました。高い生産効率・栄養価・機能性を持つ納豆菌を活用し、発酵タンクによるスケールアップと品質保証条件の確立を行うものです。納豆菌粉は、大豆や畜産よりも遥かに少ない環境負荷で生産可能であり、腹持ちや保水性、乳化性といった食品機能性も兼ね備えています。加えて、食品副産物を培地とするアップサイクル型の地産地消モデルも構築し、持続可能な新たな食文化の創造を目指しました。

※「kin-pun」は、フェルメクテス社の登録商標です（登録番号第 6879234 号）



納豆菌株の育種

寒天プレート培養

培養菌コロニー

成果

納豆菌粉の量産・応用性実証し、高評価と実用性を確認

スプレードライヤーの導入により高品質な乾燥納豆菌粉の生産条件を確立することができました。また、数 kL スケールの発酵タンクでの量産体制を実証し、従来比数倍の生産性を達成しました。納豆菌粉は、タンパク質含有量 70% 以上という高栄養価を持ち、パンやソースなど様々な食品への応用が可能な上、味や食感でも高評価を得られました。大手含む 6 社の食品企業に納豆菌粉を提供し、試作評価を通じて高い実用性が確認することができ、実用性と市場受容性を裏付ける成果も得られました。



納豆菌粉末

培養槽による試験的生産

実施内容



「kin-pun®」（中央）と各種穀物粉

●品質保証基準の設定と量産スケールへの対応

発酵タンクによる大量培養では、培養条件のブラッシュアップと乾燥粉末化技術（スプレードライ）により、従来より高品質かつ安定した粉末化を実現しました。栄養面ではタンパク質含有量 70% 以上に加え、保水性や乳化性など複数の食品機能を併せ持つ点も確認されました。

●実需評価

大手含む複数企業へ納豆菌粉を提供し、パン、パスタ、ドレッシングなど多様な食品に実装され、味や機能性の面でも高評価を得られました。納豆由来の食経験によって消費者抵抗も少なく、宗教・食習慣への適応力もあることから、幅広い市場への展開が見込まれます。これにより、納豆菌粉の食品原料としての基盤が整備され、新たなタンパク源の供給モデルとしての可能性が広がりました。

今後に向けて

納豆菌粉を活用した食品モデルのさらなる普及と生産性の向上、低価格化に向けて技術開発を継続します。今後は、健康志向の高い食品や、ハラール・コーシャなど宗教的制約に対応する製品への展開、また乳幼児や高齢者向け食品など、多様な食文化・栄養ニーズに応える用途開発を進めていきます。将来的には、畜産用飼料としての利用も視野に入れ、国内外のタンパク質自給率向上にも貢献します。技術供与による国際展開も検討しており、食料供給の安定性・公平性・持続性の実現を目指します。環境負荷が低く、消費者の多様な嗜好に応えられる納豆菌粉は、これからの食のインフラを支えるキー素材となることが期待されます。

担当者からのコメント

本事業の成果として、これまで大きな課題であった納豆菌粉の生産効率化に関して、大きな前進が得られました。また、納豆菌粉のアプリケーション開発や食品メーカーへの提案、事業提携化についても事業期間中に複数の案件で契約締結への進捗がありました。今後は、日本発の新たな発酵タンパク質と持続可能な食文化の発信に向けて、地元・山形県庄内地方から世界に向けて商品販売と普及活動を産学官連携で取り組んでいきます。



実証事業担当者：代表取締役 大橋 由明 氏

問合せ先

フェルメクテス株式会社

URL <https://fermecutes.com/contact/>

MAIL contact@fermecutes.com

summary

当社は、独自開発の「過熱蒸煎機」を用いて、食品工場の端材や規格外野菜など“かくれフードロス”を高付加価値な食品パウダーへとアップサイクルする事業を展開しています。本実証では、自社ブランド「ぐるりこ®」のリブランディングと BtoC 展開を通じて、一般消費者への認知拡大とアップサイクル食品の価値訴求を行いました。新たに開発した「タマネギぐるりこ 香味しょうゆ味」は、卵かけご飯や納豆ご飯との相性を前面に打ち出すことで、日常食に馴染む形で訴求。記者発表会や SNS・EC チャンネルを通じた販売に加え、ポップアップストアや店舗連携も実施し、消費者から高評価を獲得しました。BtoC 展開によって BtoB の製品流通・機器導入の後押しを図り、アップサイクルを社会に定着させるビジネスモデルを確立しつつあります。



新パッケージデザイン



卵かけご飯（発表会で提供）



過熱蒸煎機

成果

自社ブランド「ぐるりこ®」のリニューアルによって認知度向上・販路拡大に成功。

自社ブランド「ぐるりこ®」を刷新し、オリジナルと香味しょうゆ味の 2 商品を展開し、自社 EC サイトや楽天市場、Makuake 等のオンラインチャンネルに加え、飲食店コラボや小売・催事での販売も開始しました。Makuake では目標額 230% を達成し、TV や日経新聞等でも紹介されました。食べ方の提案として「卵かけご飯」「納豆ご飯」との相性を強調し、日常食との接続を意識したプロモーションを展開しました。記者発表会では日本卵かけご飯研究所とのトークセッションを実施しました。SNS や note でのレシピ発信も強化し、一般消費者の反応を通じて、ぐるりこやアップサイクルの価値訴求につながるコンテンツを多角的に発信しました。アンケートでは高い評価を獲得しており、認知度・販路拡大に貢献しました。



様々な料理にお使いいただけます



記者発表会にて



日本卵かけご飯研究所の上野所長

実施内容



あらゆる食品を乾燥・殺菌可能

● BtoB 領域への可能性を実証

乾燥・殺菌を 10 秒で実現する独自の過熱蒸煎機を核に、食品ロスの中でも見落とされがちな“かくれフードロス”のアップサイクルに取り組みました。本実証では、主力商品「ぐるりこ®」のブランド刷新を行い、新たに「香味しょうゆ味」を開発しました。日常食に合う調味料としてリブランディングを実施し、デザイン面では和テイストを取り入れたロゴやパッケージで親しみやすさと海外展開を見据えた普遍性を両立。EC・ふるさと納税・店舗での販売に加え、ポップアップストアでの提供や、油そば・卵かけご飯とのコラボなどを展開。メディアや SNS、動画を活用した訴求で認知を広げ、BtoC 市場の反応を直接収集しました。消費者への認知が進むことで、従来より進めてきた BtoB 領域（食品メーカー・加工業者への原料供給）への波及効果も確認され、将来的には過熱蒸煎機の導入促進と、食品業界全体でのアップサイクル定着を図るモデルとしての可能性を実証しました。

今後に向けて

今後は、「ぐるりこ®」のさらなる販路拡大と商品ラインナップの充実を図りながら、BtoB 展開および過熱蒸煎機の導入促進を強化します。とりわけ、アップサイクル食品に対する一般消費者の理解が深まることで、食品メーカー側の導入・商品開発ハードルが下がることを期待しています。さらに、アップサイクルの価値が浸透することで、市場全体の“もったいない→おいしい”の流れが加速していくと考えます。今後は香味系以外のフレーバー展開やギフト需要への対応も視野に、企画・プロモーションを強化します。また、既存顧客層の継続購入促進に加え、海外向け（アジア圏中心）の展開に向けた商品開発・市場調査も進めていきます。最終的には、「ぐるりこ®」が日常の食卓に浸透し、過熱蒸煎機によるアップサイクル食品の流通が“当たり前”となる未来の実現を目指します。

担当者からのコメント

一般消費者向けへ本格的に販売開始していくにあたり、「ぐるりこ」という商品の価値（どのような背景を持って生まれ、どのような魅力がある商品なのか）を伝えるためにはどうすれば良いかが課題でした。今までに無い商品の市場を創っていくうえで、どのようにブランディングすればファンになってもらえるか、世界観に共感してもらえるかを、商品開発、ウェブサイトのデザイン等の細部にいたるまで考え、納得できるクオリティに繋がったと思います。



実証事業担当者：代表取締役 加納 千裕 氏

問合せ先

ASTRA FOOD PLAN 株式会社

URL <https://www.astra-fp.com>
MAIL chihiro-kano@astra-fp.com
TEL 049-293-2654

summary

当社は、築地の寿司文化を100年にわたり受け継いできた熟練職人の技を活かしつつ、握り寿司の冷凍加工・流通に挑む実証事業を実施しました。旬と端境期における魚介類の価格差を平準化し、高品質な寿司を安定供給するための冷凍技術（脱気真空急速冷凍）を導入し、職人が握った寿司を冷凍・解凍後に食べ比べた結果、それぞれの個性を再現できる精度の高さが確認されました。さらに、香港やベトナムの展示会・商談により、海外市場での需要も実感。職人不足や食材価格の変動という業界課題に対して、伝統とテクノロジーを融合させた持続可能な解決策を提示しました。



使用冷凍加工機（ART 2）



使用冷凍加工機（ART 3）



築地青空三代目本店

成果

冷凍寿司で職人技再現、海外展開にも手応え

冷凍・解凍後の寿司でも、職人の個性を感じられる高い再現性を実証できたことが大きな成果です。酢飯の塩加減やわさびの風味調整など、冷凍に特化した調整により、食味を保ちながら商品化に成功しました。さらに、市場の買付時間をずらすことで、高級魚を安価に仕入れる新たなルートも確立しました。香港での展示やマリオットホテルとの商談を通して、海外市場における関心も高く、今後の販路拡大に繋がる手応えを得ることができました。



サーモン（サク）



サーモン（刺身）



国産養殖マグロ（刺身）

実施内容



冷凍握り鮓

●冷凍機器の導入と味の再現性

2024年12月に冷凍機器を導入し、寿司職人による実際の握りをもとに冷凍・解凍の再現実験を開始しました。再現度は極めて高く、握った本人が自身の寿司を判別できるレベルを実現しました。対象メニューはシャリとネタの一体感を重視し、素材別に冷凍・解凍後の味変を検証することができました。

●実地検証

香港のフードフェスティバルやベトナムの高級ホテルでの展示・商談を行い、海外市場の温度管理要件なども含めた実地検証を進行することができ、国内でも築地・銀座・沖縄・ホーチミンの店舗を通じて製品試験とフィードバックを重ねることで商品の再現性への確認をとることができました。

●原材料の仕入れについて

年末年始の仕入れ高騰期には、買付時間を工夫することで余剰魚材を有効活用できることが確認できました。

今後に向けて

今後は自社グループ内の店舗を皮切りに、個人寿司店やホテル業界への展開を計画しています。特に職人不在が進む現場では、冷凍フィレや厚焼き玉子、煮付けなど調理済み冷凍商品の需要が高まりつつあります。今後は職人技術を前提とした高付加価値型冷凍商品のラインナップを拡充し、「再現性のある和の味」を国内外へ広げていきます。また、冷凍対応のセントラルキッチン構想や自治体と連携した名産品開発も視野に入れています。輸出に際しては温度管理を徹底し、ブランド寿司の海外配送モデルも確立していく計画です。寿司文化の継承と進化を両立させるビジネスモデルの構築を目指します。

担当者からのコメント

私たちの寿司が冷凍後でも美味しく提供できることを実証できたのは、長年の技と最新技術の融合の成果です。魚の価格や職人不足など、飲食業界を取り巻く課題の中でも、寿司の未来を守るための一手になったと感じています。今後も品質にこだわりながら、国内外へ「美味しい冷凍寿司」を届けていきたいと考えています。



実証事業担当者：代表取締役 石川 太信 氏

問合せ先

有限会社築地青空

URL <http://tsukijiazora-sandaime.com/>
MAIL jjyamada0711@gmail.com
TEL 080-3350-3772

フードテックビジネスの実証事例

編集・発行：株式会社パソナ農援隊
〒107-0062 東京都港区南青山3-1-30

☎ 03-6734-1260

✉ foodtech@pasona-nouentai.co.jp