

中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金
プラントベースジャパン株式会社

UMAMI
united

Japanese-inspired
plant-based food

報告書





アジェンダ

- ・ 会社概要
- ・ 事業全体像
- ・ ①調査：WEBリサーチ / アンケート
- ・ ②準備：他社商材の仕入れ / 自社商品の開発
- ・ ③検証：商談 / テスト販売
- ・ 振り返り / 今後の展望

会社概要

プラントベースジャパン株式会社とは？

“プラントベースで日本と世界を繋ぐ”をミッションにメディア、コンサル事業を展開。今後は食品開発事業に注力。

メディア事業



HappyCowの日本独占代理店として日本企業へのマーケティング・プロモーションソリューションを提供。



vegconomistのコラムニストとして日本のプラントベース企業への取材・記事の執筆を担う。



アジア5ヶ国で「東京版」「関西版」のベジタリアンガイドブックを出版。

コンサルティング事業



香港発の代替肉 OmniMeatの日本進出、マーケティング、プロモーションを支援。



日本を代表するヴィーガンラーメンブランドT's たんたんの海外輸出の起案からパートナー選定やプロモーションまでを一気通貫で行う。

食品開発事業



過去の取り組み

- JETRO群馬主催「プラントベースセミナー」に登壇
- 日本のベジタリアン・ヴィーガンレストランガイドを台湾・香港で出版



海外のプラントベース市場について解説



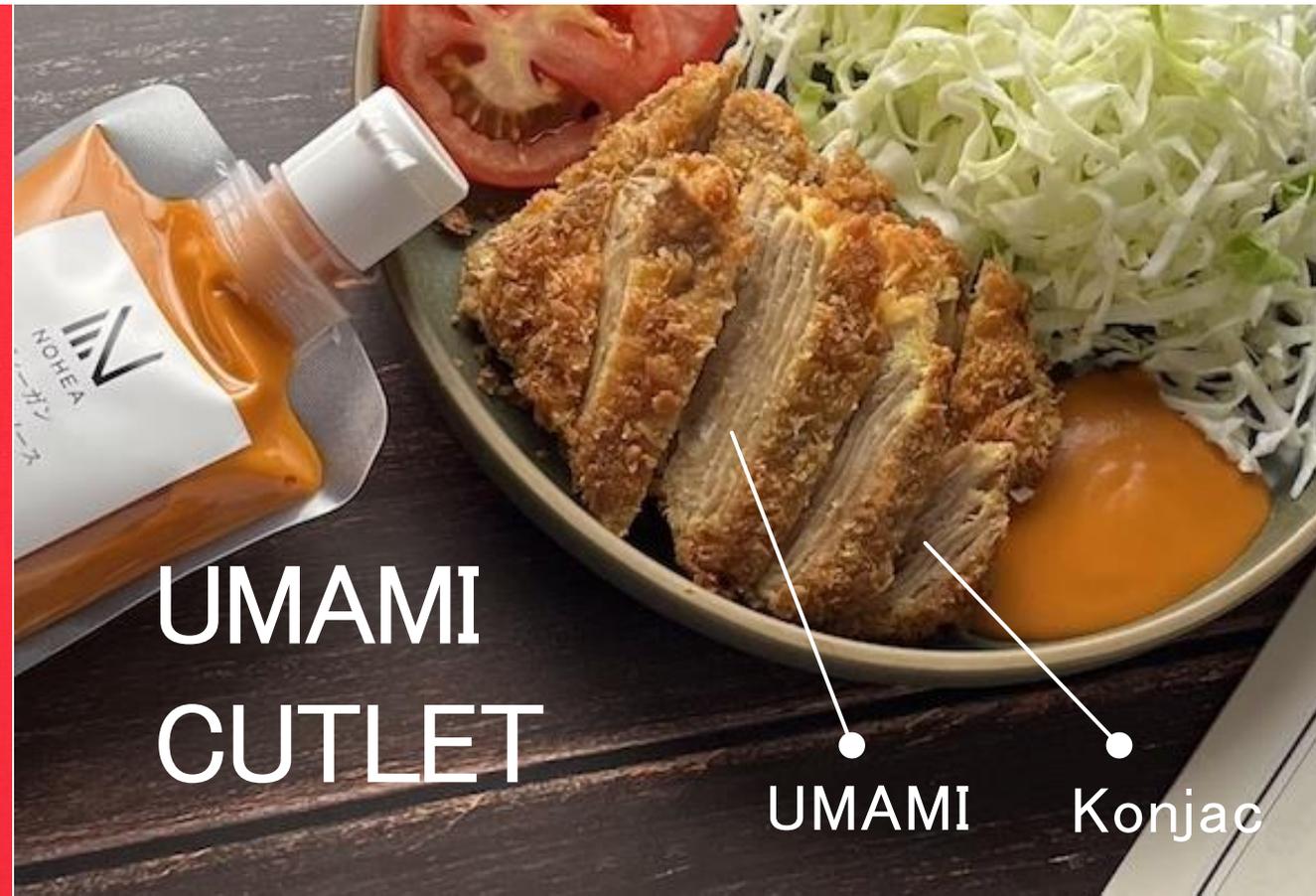
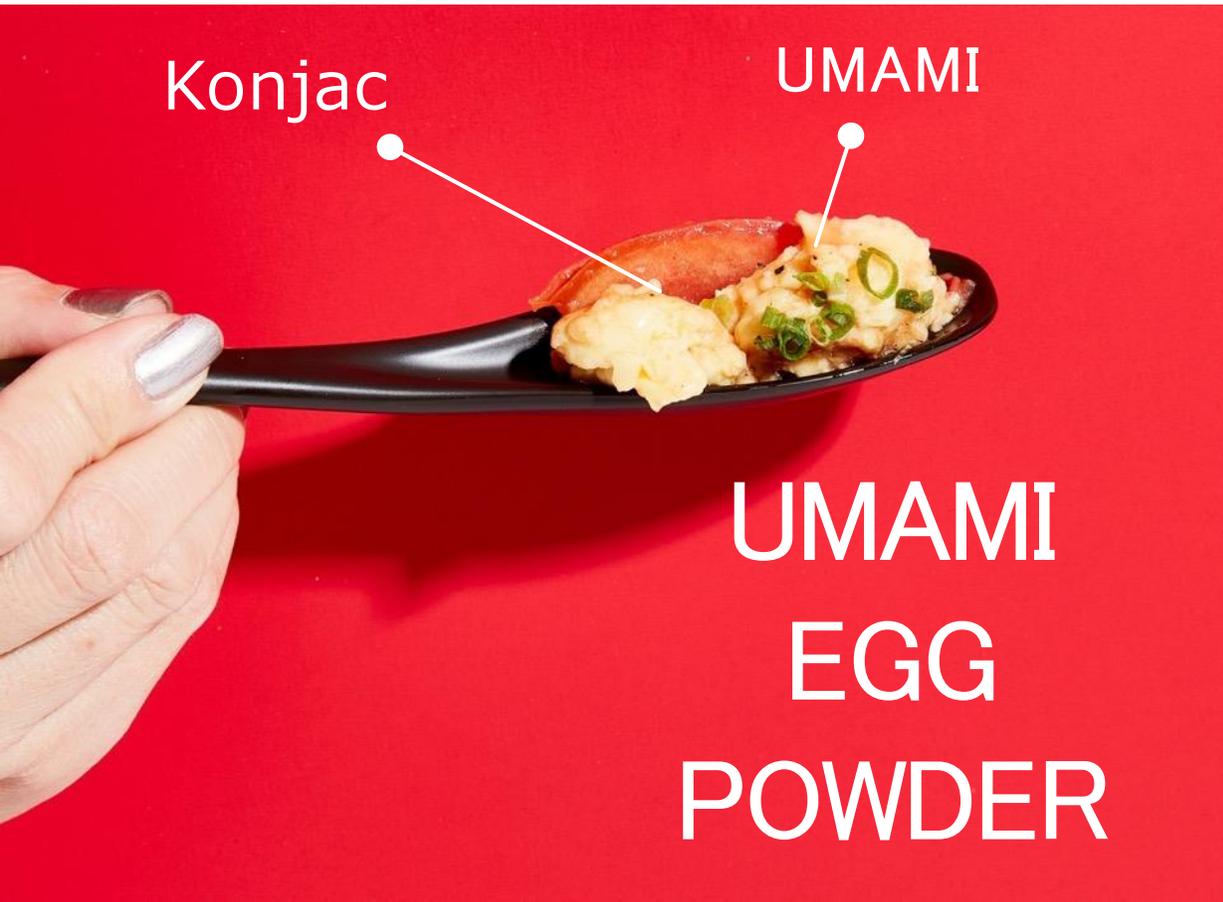
台湾現地を巻き込んだクラウドファンディング



台湾の書店で平積み販売
初月で5000部売り切れ

自社ブランド「UMAMI UNITED」

日本食プラントベースフードブランドを企画・製造し世界展開を目指します。



事業全体像

事業全体像

目的：世界で急成長するプラントベース市場における日本の可能性の模索

①調査

- ・WEBリサーチ
- ・アンケート

②準備

- ・他社商材の仕入れ
- ・自社商品の研究開発

③検証

- ・サンプル、商談
- ・テスト販売

(再掲) 今回の事業領域

メディア事業



HappyCowの日本独占代理店として日本企業へのマーケティング・プロモーションソリューションを提供。



vegconomistのコラムニストとして日本のプラントベース企業への取材・記事の執筆を担う。



アジア5ヶ国で「東京版」「関西版」のベジタリアンガイドブックを出版。

コンサルティング事業



香港発の代替肉 OmniMeatの日本進出、マーケティング、プロモーションを支援。

今回の事業領域 ①他社ブランドの海外輸出

日本を代表するヴィーガンラーメンブランドT's 素麺の海外輸出の起案からパートナー選定やプロモーションまでを一気通貫で行う。

食品開発事業



今回の事業領域 ②自社ブランドの海外輸出



ビジネステーマ「代替食品」「プラントベース」とSDGsとの関わりは大きく分けて3点

① 食糧問題 (2. 飢餓をゼロに)

世界の人口は増え続けており、2050年には97億人に、2100年には109億人にまで増えることが予測されています。一方、約26%の土地が家畜動物用の牧草地として使われている等、畜産の生産効率を問題視する声も多く、プラントベース食品を選ぶ人が増えることで、食料の生産バランスは変化していくと予想されています。

② 地球環境問題 (13. 気候変動に具体的な対策を 14. 海の豊かさを守ろう 15. 陸の豊かさを守ろう)

畜産業による地球温暖化の加速、大量の水資源・土地利用に対する非難が集まっています。代替食品やプラントベース食品を普及させることで、地球環境の問題解決に貢献することができます。

③ 日本の経済発展 (8. 働きがいも経済成長も 9. 産業と技術革新の基盤をつくろう)

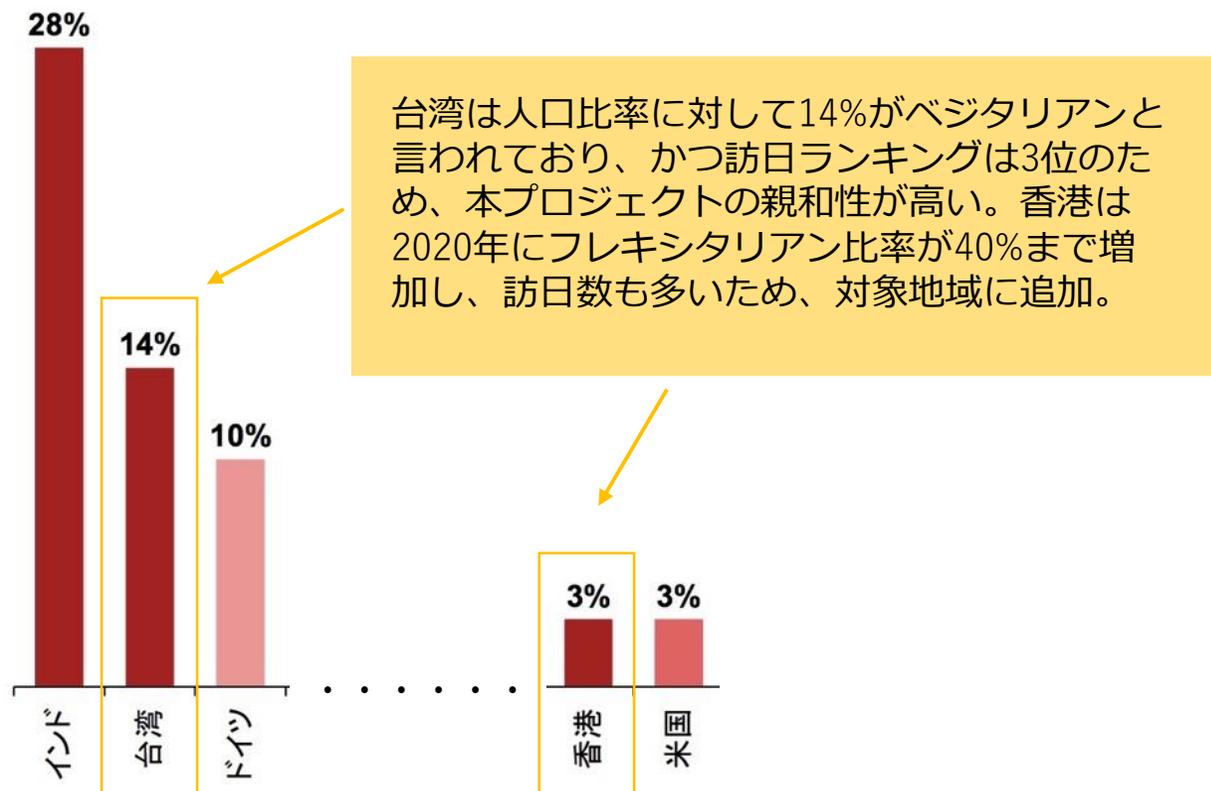
観光庁の調査(2020年4月)によると2018年時点の世界のベジタリアン人口は6.3億人に達しており、同市場の年平均成長率は2020年から2027年の間で11.9%が見込まれ、7兆4200億円まで拡大すると予測されています(Research and Marketsより)。日本も同市場へ参入することで、新たな産業構築および経済発展に繋げることができると考えています。

①調査：WEBリサーチ / アンケート

対象地域：台湾、香港のプラントベース市場

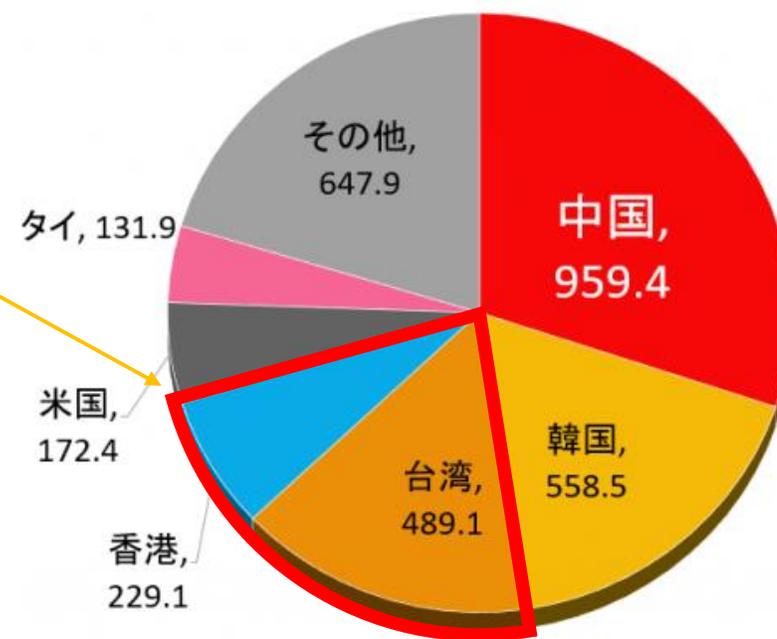
選定背景：ベジタリアン、ヴィーガン比率、及び訪日数を総合的に評価

訪日旅行者数上位20の国・地域の国・地域別ベジタリアン等比率



観光庁：飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド（令和2年4月）

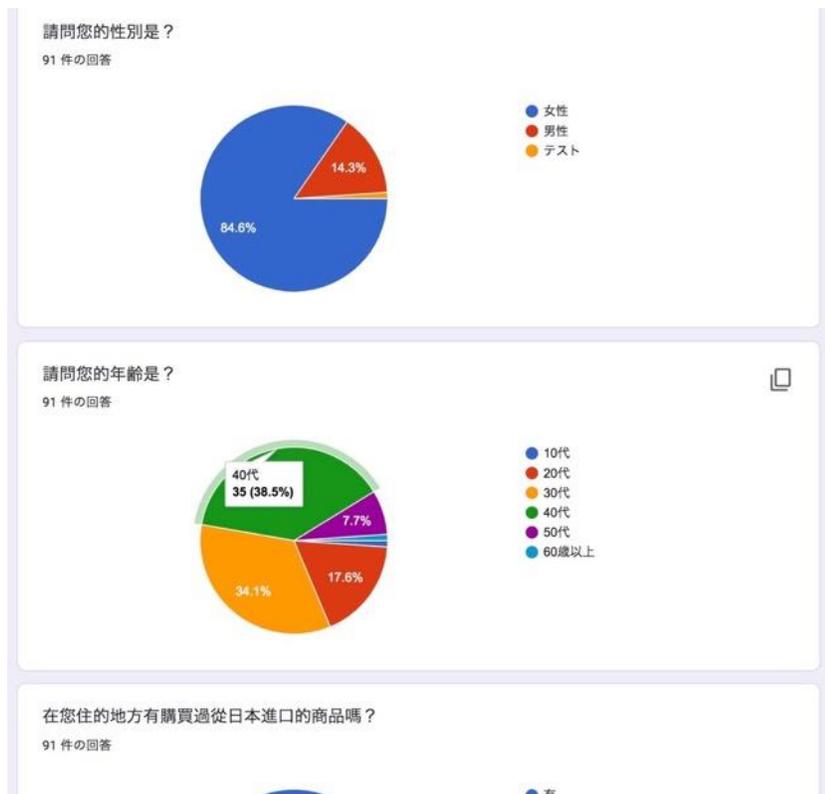
訪日外国人観光客国・地域別内訳



観光庁：飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド（令和2年4月）

消費者ニーズの調査：アンケート方法

台湾・香港在住のベジタリアン約100名に「日本のベジタリアン食品」に関するアンケートを実施。



Facebookコミュニティ上で告知・収集

台湾・香港エリア在住のベジタリアン・ヴィーガン 91名

女性：84%、男性：16%

10代：1.1%、20代：17.6%、30代：34.1%、40代：38.5%、50代：7.7%、60代以上：1.1%

消費者ニーズの調査：質問概要

質問内容は合計15問（以下抜粋）

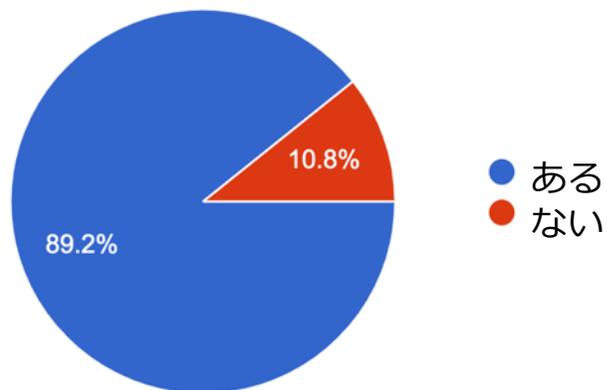
- 1.現在お住まいの地域で日本の輸入食品（ベジタリアン）を購入したことはありますか？
- 2.どこで、どのような商品を購入したことがありますか？
- 3.購入したことがない場合、理由は何ですか？
- 4.今後購入したい商品は何ですか？（麺類、調味料類、お菓子類、即席食品類、代替食品類）

➡□ 次ページ以降で重要ポイントを考察

消費者ニーズの調査：日本の輸入食品（ベジタリアン）の購入経験に関して

「購入経験あり」と回答した層は89.2%で既に浸透していることが伺える。しかし、購入したことがない理由に「素食の表示がなくて分からない」「どこで買えるかが分からない」という回答があり、表示のルール決めや積極的な情報発信が求められている。

日本からの輸入食品（ベジタリアン）を
購入したことはありますか？



Q どこで買ったことがあるか？

- ・大手スーパーマーケット
City Super、Jason、Don Don Donki、AEON
Daiso、その他日系スーパーマーケット
- ・専門店
Green Common、その他素食専門店
- ・大手百貨店
新光三越、Isetan

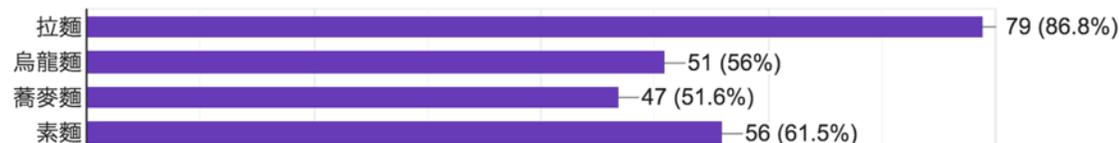
Q 購入したことがない理由は？

- ・素食の表示がなくて分からない
- ・どこで買えるかが分からない
- ・日本の輸入品はあるが残念ながら素食対応ではない
- ・価格が高い

消費者ニーズの調査：今後購入したい商品は何ですか？（麺類、調味料類）

麺類に関してはラーメン、素麺、うどん、蕎麦の順番で、ラーメンが一番人気という結果になり、調味料においては醤油、マヨネーズ、味噌が上位3位を占める結果となった。

麺類

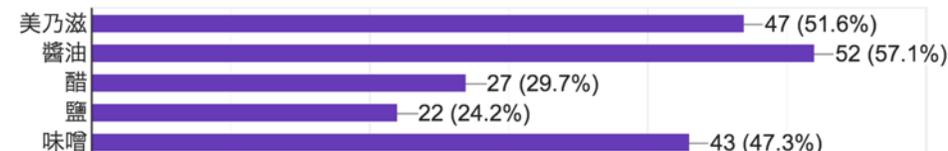


- ・ **1.ラーメン 86.8%**
- ・ 2.素麺 61.5%
- ・ 3.うどん 56%
- ・ 4.そば 51.6%

その他自由回答（一部抜粋）

- ・ 焼うどん
- ・ 焼きそば
- ・ カップヌードル

調味料



- ・ **1.醤油 57.1%**
- ・ **2.マヨネーズ 51.6%**
- ・ **3.味噌 47.3%**
- ・ 4.酢 29.7%

その他自由回答（一部抜粋）

- ・ 素食焼肉ソース
- ・ 味醂
- ・ **五葎フリー**のカレーソース

(補足) 五葷について

台湾の場合、宗教の影響を受け、ベジタリアンになった人が多く、仏教の教えで五葷（ネギ・ニラ・ニンニク・ラッキョウ・アサツキ）を食べない人が多数。



消費者ニーズの調査：今後購入したい商品は何ですか？（お菓子類、即席食品類）

お菓子類に関してはポテトチップスや煎餅が上位にランクイン。特に煎餅の場合は味噌味の煎餅を求める声が多数寄せられた。また、即席食品においては、カップ麺、日式カレー、スープ類が同等に上位を占める結果となった。

お菓子類

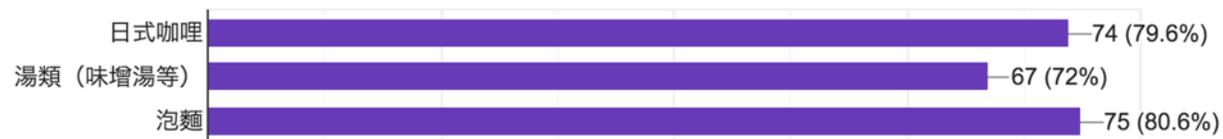


- ・ **1.ポテトチップス 69.9%**
- ・ 2.煎餅 67.7%
- ・ 3.チョコレート 48.4%
- ・ 4.クッキー 31.2%

その他自由回答（一部抜粋）

- ・ じゃがポックル
- ・ ポッキー

即席食品類



- ・ **1.カップ麺 80.6%**
- ・ **2.日式カレー 72%**
- ・ **3.スープ類 72%**

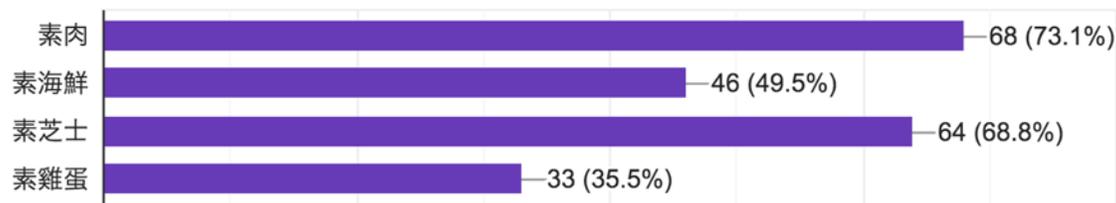
その他自由回答（一部抜粋）

- ・ 素食対応の缶詰
- ・ 即席味噌汁

消費者ニーズの調査：今後購入したい商品は何ですか？（代替食品類）

代替肉や代替乳製品（チーズなど）のニーズが目立つが、台湾、香港には既存製品も多く、新たなジャンルとして卵やシーフードに興味がある消費者も一定数見受けられた。

代替食品類

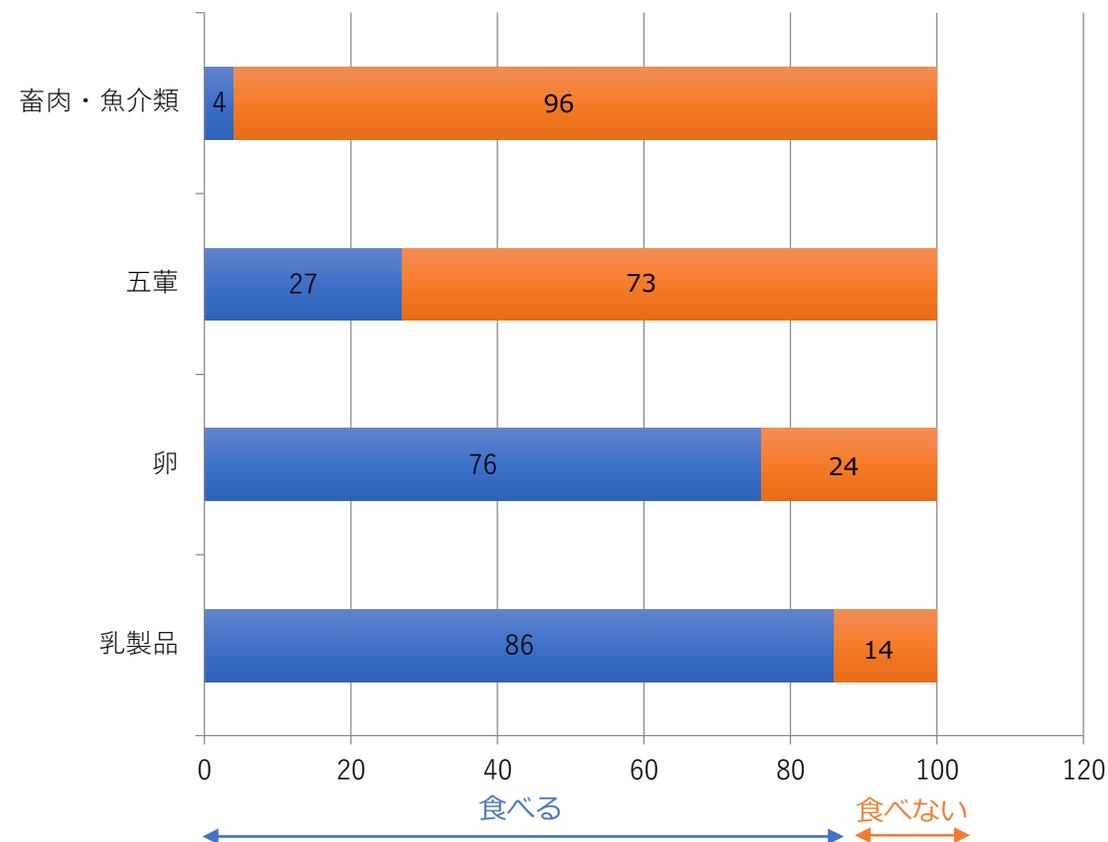


- ・ **1.代替肉 69.9%**
- ・ 2.代替チーズ 68.8%
- ・ 3.代替シーフード 49.5%
- ・ 4.代替卵 35.5%

その他自由回答（一部抜粋）

- ・ 代替食品は普段からあまり食べない
- ・ 代替肉は既に台湾にたくさんある
- ・ 卵やシーフードは新しいジャンルとして興味がある

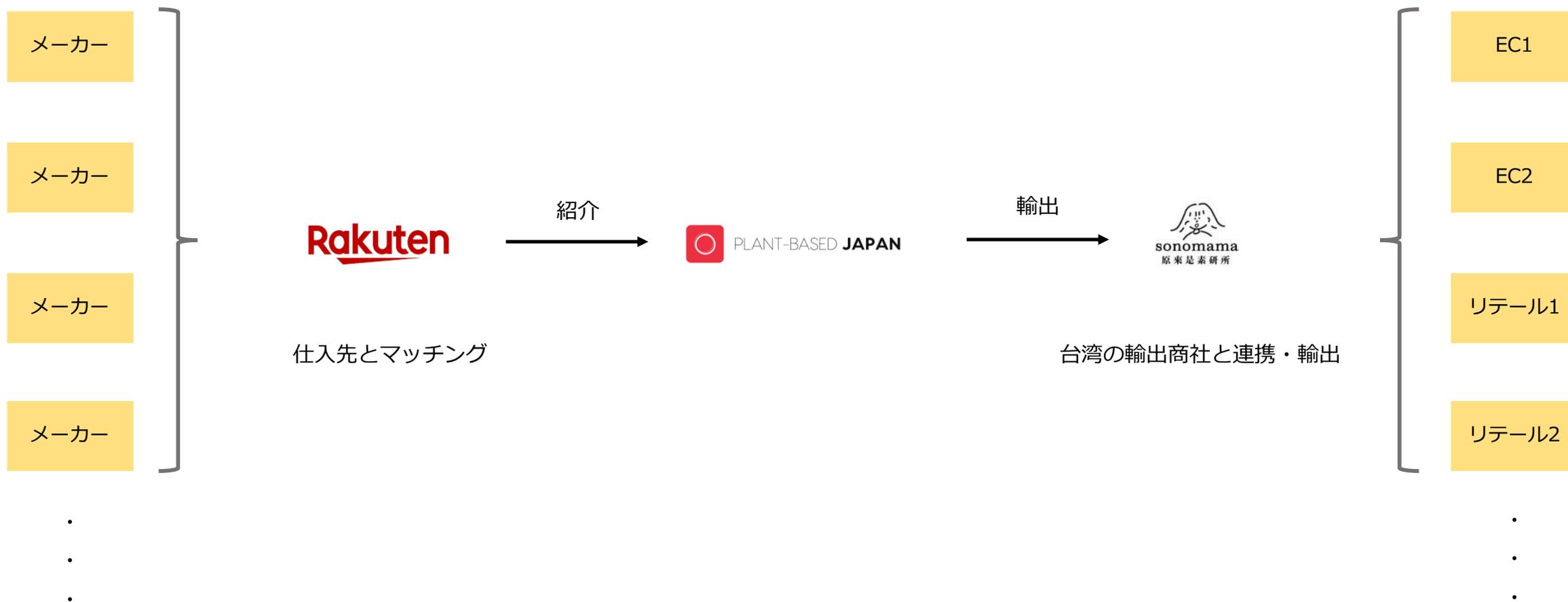
（ご参考）台湾ベジタリアン 食の主義に関する調査（%）



②準備：他社商材の仕入れ / 自社商品の開発

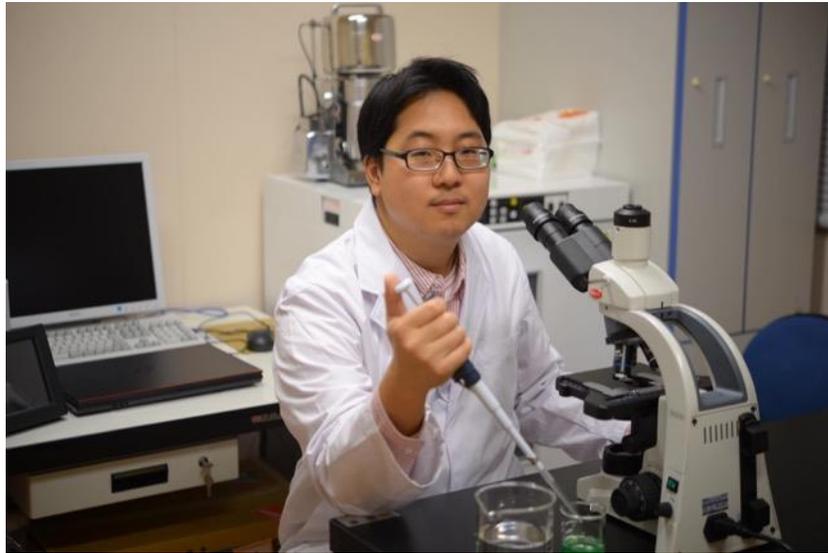
他社商材の仕入れ

楽天（株）の紹介を得てニーズの高いヴィーガンラーメン（麺類）やヴィーガンマヨネーズを台湾へ輸出。
パートナー企業や事業スキームは下記の通り。



自社商品の開発

日本食×プラントベースをコンセプトにしたブランド（UMAMI UNITED）を立ち上げフードダイバーシティ（株）、ヴィーガンレストラン菜道と共同で商品を研究開発。



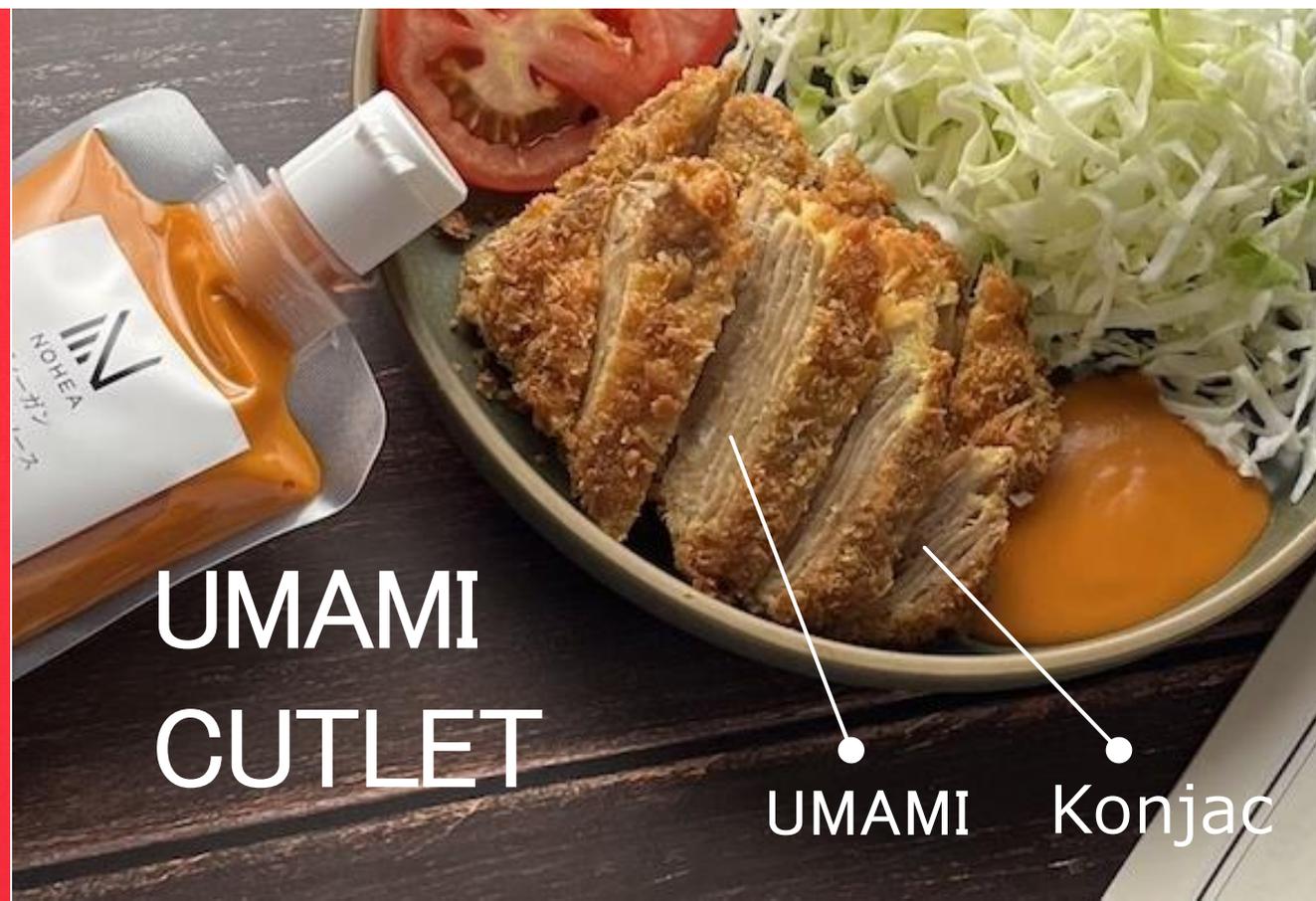
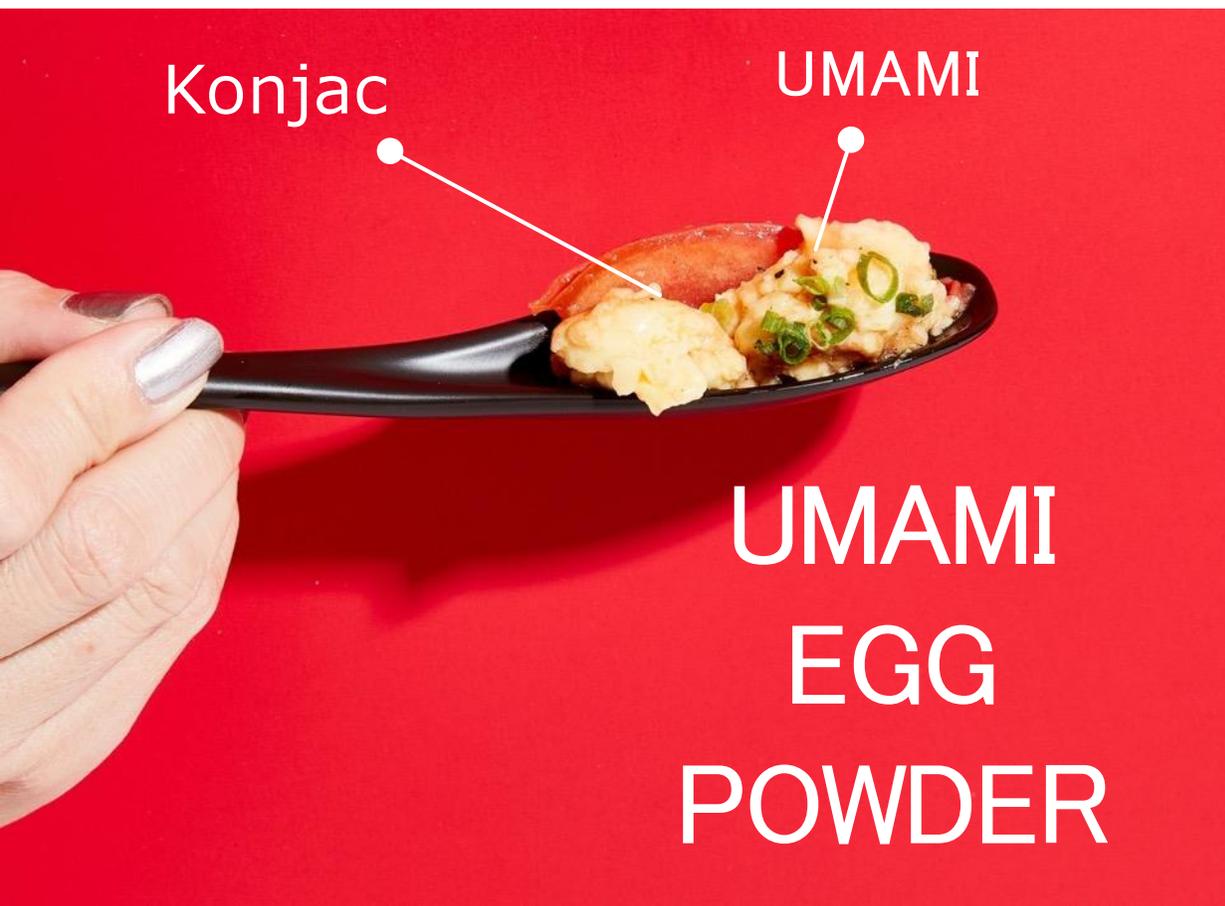
フードダイバーシティ（株）大場氏
小岩井乳業株式会社の技術開発センターに所属し、商品開発、商品開発の技術的サポートを担当。
2020年からフードダイバーシティ株式会社に入社し、プラントベース食品の研究開発を担当。



菜道 楠本氏
フランス料理から和食の世界へ転身。2018年にオープンした菜道ではジャンクなヴィーガンをキーワードに今までなかった世界を築き上げる。2019年11月11日にはHappyCowで世界ナンバーワンのヴィーガンレストランとなる。

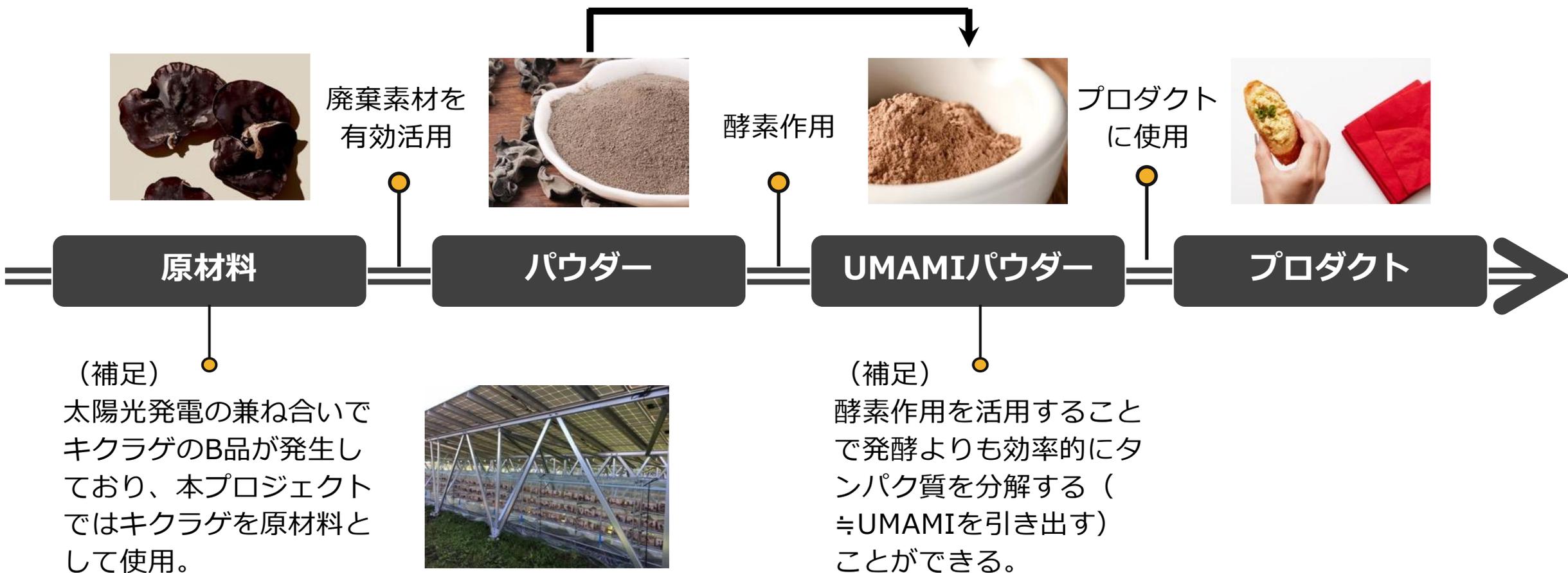
自社商品の開発

市場調査、競合分析を経て、代替卵・代替肉（カツレツ）の商品開発を決定。



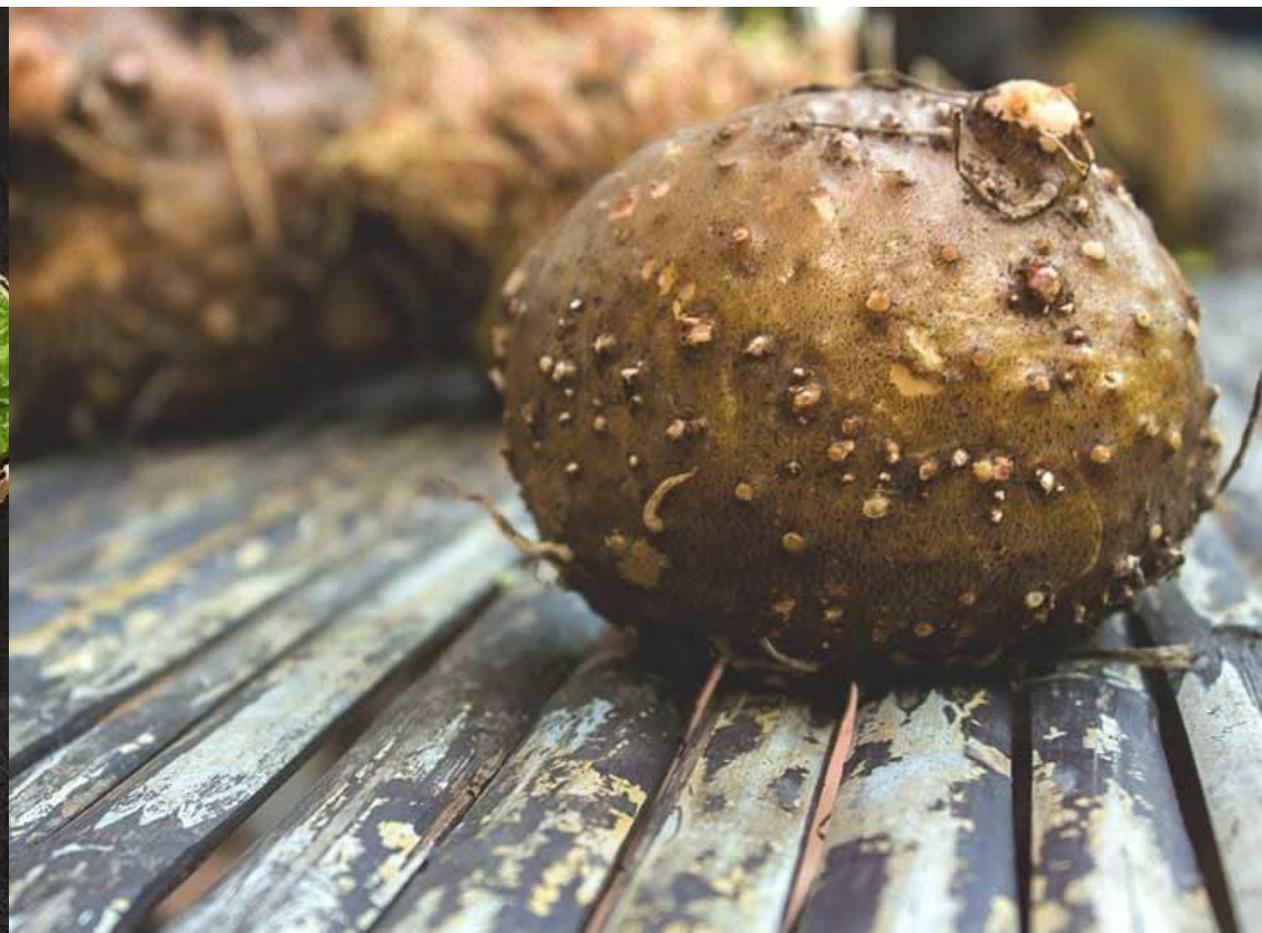
酵素を活用したUMAMIテクノロジー

コクが220%向上



開発のポイント2

日本の伝統食材 「こんにゃく」 に注目





トマトと卵炒め



チャーハン

Product UMAMI EGG



Konjac

Umami Core



パッケージ写真



<https://youtu.be/DTRydsJIJD4>

③検証：商談 / テスト販売

他社商材の仕入れ販売の反響（ヴィーガンラーメン）

ヴィーガンラーメンを2品販売。

- ・ T'sレストラン（生麺）：クオリティーの高さ（生麺）が好評、賞味期限が課題
 - ・ Samurai Ramen（乾麺）：味噌ベースの味付けが人気、安価な点も好評
- カップ麺（五葷フリー対応、かつ放射能問題がクリアしている商品）を開発すれば更なる販売が見込める。



T'sレストラン



Samurai Ramen

他社商材の仕入れ販売の反響（ヴィーガンマヨ）

ヴィーガンマヨを1品販売

・NOHEA（常温）

品質は好評だったが、こだわりの強い商品であるため（添加物不使用等）販売単価が高く、現地の安価の豆乳マヨと比較されると勝ち目のない状況。

後日、ハイエンドスーパーや百貨店での販売を試みたところ徐々に物量が出始めた。

天然 美乃滋 純素



NOHEA



日本素食餐廳攻略 (Japanese Vegetarian Restaurant)

2021年10月8日 · 🌐

「金澤NOHEA全素美乃滋現貨可購🇯🇵」

上個月推薦的金澤NOHEA全素美乃滋
現在可以購入了！

除... もっと見る



自社ブランドのコンセプトに対する反響

ドイツのプラントベース専門のインキュベーションプログラム（ProVeg Incubator）に日本から唯一の企業として参加し、また、ヴィーガンビジネス専門メディア（vegconomist）での露出にも成功。また French startup Tokyoというピッチイベントにも招待され、日本のプラントベースの可能性を世界に向けて発信。



<https://vegconomist.com/startups/millet-milk-oleaginous-yeast-functional-mung-bean-meet-the-latest-proveg-incubator-cohort/>

海外（特に欧米圏）からのコメント

- ・プラントベース業界において日本企業の話はほとんど聞かないから新鮮だった
- ・Konjacは新たな食材として面白い
- ・NestleやGrowthwell（シンガポールのフードテック企業）もKonjacに注目している

自社ブランドの商品に対する反響（代替肉、代替卵）

代替肉（や代替乳製品）は既存商品が乱立しており、相当な差別化ポイントがない場合、新規市場参入のハードルは高い。一方で、代替卵の市場規模はニッチだが、既存商品が少なく、新規参入の余地が見込めることがわかった（特に東アジア圏は参入余地あり）。



試食、商談の様子 / 今後の可能性

日本食品輸出EXPOに出展



台湾インポーターとのオンライン試食会議



どら焼きメーカーや日本の食材輸出商社が「代替卵」に着目。**EUへの輸出に際し卵を含む動物性食品の輸出ハードルが上がっており、プラントベース（卵・乳フリー）の商品開発ニーズが高まっている。こんにやくによる保水性の高さが評価を受けており、しっとりした美味しい焼き菓子が製造可能に。**現在、引き続き洋菓子 / 和菓子メーカー様と商談中。

台湾やマレーシアのインポーターとオンライン上で試食会議を実施。某グローバルコーヒーチェーンへの共同提案を準備中。台湾は7月上陸予定。

UMAMI EGG - 対応可能レシピ



その他の事業者への波及効果

カナダでルピン豆市場をイチから切り開いた会社と商談中。先方は新たな食材を探しており、こんにやくに興味を示している。同社と下記の連携を模索中。

- ・代替卵の北米進出
- ・こんにやくの北米輸出、現地で加工品を共同開発
- ・資本提携

弊社が先導し、北米の「こんにやく市場」の開拓を狙いたい。



振り返り / 今後の展望

本レポートのまとめ、プラントベースジャパン（株）の今後の展望

- ・台湾や香港等 日本の近隣諸国では素食商品の購入経験者は多数（89%）
- ・しかし、素食対応の表示や情報発信が不十分であるため、購入に至っていない層もいる
- ・王道ではあるが日本食を代表するラーメンやその他調味料（マヨ、醤油など）のニーズが高い
- ・今後の可能性のある商材は五葷フリーかつ放射能問題をクリアしているカップ麺と日式カレー等がある
- ・代替肉は既にレッドオーシャン化しており代替卵や代替シーフード市場が注目されている
- ・新たな食材としてKonjacの可能性に注目が集まっている

【プラントベースジャパン（株）の今後の展望】

- ・これまで、そして今回培った知見やネットワークを活かしUMAMI UNITEDの事業を拡大させていく
- ・ブルーオーシャン市場である「代替卵×東アジア」に注力し、UMAMI EGGの事業化を進める
- ・台湾、香港から展開を広げ、続いて東南アジアや欧米圏へと拡大をしていく
- ・同時に北米のこんにゃく市場にトライしていく