

もやしを素材とした7大アレルゲンを含まない植物由来のお肉

会社名 日乃食工業株式会社
 所在地 北海道北広島市大曲工業団地4丁目1番地5号
 従業員 20名
 資本金 1000万円
 売上高 3億円
 業種 低温加工製品(水産・農産・畜産物の惣菜及び原材料の加工)、
 道産品を主原料とする製品の開発



支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- もやしを素材とした肉様食品の商品開発を行い、販路開拓を通して一般消費者向けの市場に進出し、既存の事業に加えた収益が確保できるようにする。年間売上を6000万円程度の事業に育成する。

支援を受けてできるようになったこと

After

- もやしを素材として食感を肉に近づけた「もやしミート」の商品化が完成し、一般消費者への販売まで到達。

今後の事業展開の展望

Future

- メディアからの注目度も高く、7大アレルゲンを含まない商品として定着するものと思われる。
- 「もやしミート」が商品名として有効機能することに気付き、商標出願し、順次切り替えて行くことになった。

重点支援を受けた事業や商材



「もやし」から肉様食品を作る食品開発が完成しており、安価で食感が肉そのもので、大豆蛋白に比べても7大アレルゲンを含まない食品であるため、学校給食、介護食品などに最適で、自社ブランドで販売することを想定。ヴィーガンにも最適で、ハラル食品としても期待できるため、海外も視野に事業を展開して行くことができるのではないかと期待。

「もやしミート」については基本特許を出願(特願2020-173244)し、早期審査で1月に特許査定の状態。商標は窓口の支援を受け自社のマーク(商標6477663)と「農菜」(商標6440016)の2件が登録されている。



重点支援を実施するにあたって整理した課題

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
事業戦略、販売戦略	■ BtoBからBtoCを含めたビジネスへの拡大に向けた事業戦略、販売戦略が必要。
営業秘密管理の整備	■ 新規開発した「もやし」ミートについて、開示可能な部分と秘匿すべき部分の仕分けを行い社員に理解してもらう必要。
知財戦略の構築、知的財産権の取得	■ 特許の取得や商標出願等なされているが、単発的になることが多い、事業戦略に基づいて知財戦略が必要。
販路開拓	■ BtoCは未経験であり、販路開拓が必要。
ブランディング	■ 一般消費者、中間流通業者の認知度向上が課題。
契約に関する考え方の習得	■ BtoBからBtoCへの拡大により、契約案件が増加するため、契約に関する考え方の習得が必要。
海外展開のリスク把握	■ 海外展開も視野に入れており、まず海外展開時のリスクを理解し、海外展開の準備をする必要。



重点支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと

支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用専門家
事業戦略、販売戦略	BtoCの販売について未経験であったが、新商品についてネーミングや、メディア露出等の経験が出来たことで少しずつ理解。	ブランド専門家
営業秘密管理	営業秘密管理については、同社の状況に合わせて支援する予定。	知財戦略AD
知財戦略の構築及び知的財産権の取得	商標権、特許権について理解が進み取得に向けての道筋がついた。知財戦略までは到達できなかったが、知財についての考え方が定着。	弁理士
販路開拓	自社ホームページ改定とメディア露出により一般顧客からの購買が増加。	よろず支援拠点
ブランディング	製品パッケージ作成等との相乗効果でBtoCにおけるブランディングについて理解。	ブランド専門家
契約に関する考え方の習得	ホームページの外注契約を通して、著作権が絡む契約の重要なポイントを理解。秘密保持契約や、今後必要になる契約における考え方を理解。	契約専門家
海外展開のリスク把握	国内市場の構築で苦戦した中で、海外に出るには時期尚早と判断。必要になった時点で支援を再開。	-

支援チーム紹介

リーダー専門家:料理研究家・FOODマーケター 福本 陽子
 活用専門家:よろず支援拠点、弁理士、知財戦略AD、ブランド専門家
 北海道知財総合支援窓口担当者:山内 陽子
 PO(プログラムオフィサー):石黒 一夫