フードテック官民協議会
2026年第2回総会

栄養食品WTの発足

2026.10.19

日本最適化栄養食協会のHP



ウェルビーイングと食の関係

これまでウェルビーイングと食に関する研究は少なかった。

『「食」を**楽しめている**か？』
『自身が食べたものは**健康的**だったと捉えているか？』
『食事の種類に**幅広い選択肢がある**と感じているか？』
の3つの質問項目について
これら3つの質問すべてに「はい」と答えた人の割合を
「Food Wellbeing Index」として新たに定義

「Food Wellbeing Index」と、ギャラップ社が行う世界規模の世論調査「GALLUP WORLD POLL」で得られた「主観的ウェルビーイング」を測定する指数「Life Evaluation Index」を組み合わせることで、「食」と「主観的ウェルビーイング」の関係性を分析。



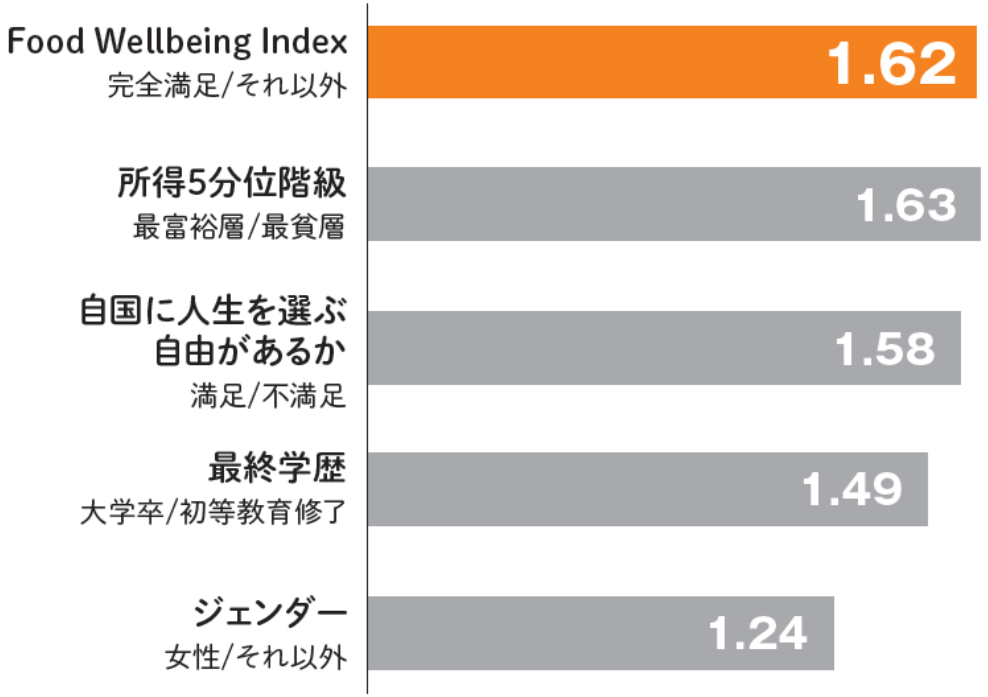
ウェルビーイングと食の関係

その結果、3つの質問にすべて「はい」と答えた人は、1つでも「はい」以外の回答をした人に比べ、「ウェルビーイング」を実感する可能性が1.62倍高いことが分かり、**「食」と「ウェルビーイング」**の間には強い関係性があることが世界で初めて立証されました。

食を楽しみ、健康的な食事を取り、食事の選択肢が豊富であることは、収入や学歴が高いことと同じくらい、主観的ウェルビーイングとの関連が強いことが示されました。

調査概要 2022年、142の国と地域で、1か国・地域あたり1，000名を対象に、ギャラップ社の世界規模の世論調査「GALLUPWORLD POLL」の中に設問を加えて実施。
人生評価指標は、自分の現在の人生と、将来（例えば5年後）の人生について、0～10（0が最悪の人生、10が最高の人生）の11段階の尺度で回答者自身が評価した点数。現在の人生を「7」以上、かつ将来の人生を「8」以上と評価した人を「順調」とみなす。

「食」はウェルビーイングにとって「収入」と同じくらい重要であることが明らかに



人生評価指標が「順調」に該当する比率（世界全体の結果、2022年調査）

World Happiness Report

2025年のワールドハピネスレポートに食とWell-beingの関係が初めて掲載された。

国際的な文脈でもWell-being×食という流れができつつある。

⇒



Global research team assembled for World Happiness Report 2025 | The World Happiness Report

社会的背景

『栄養と健康』に関する様々な社会課題

- 肥満



- 低栄養



- フレイル



社会的背景

肥満



肥満など生活習慣病に
関連のある病気による
死亡率と医療費が増加

世界で約**20億人以上**が
過体重または肥満　(※1)

世界で肥満により
2兆ドルの損失が発生　(※2)

(※1) Obesity Health and Economic Consequences of Impending Global Challenge, World Bank
(※2) (※1)に同じ

社会的背景

肥満

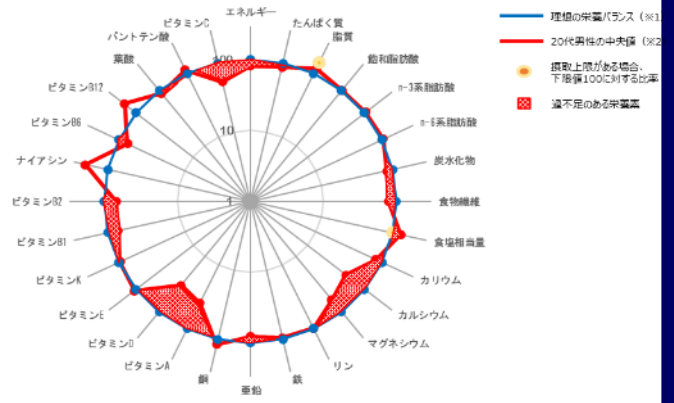

メタボリックドミノ
生活習慣
肥満
遺伝・体質
インスリン抵抗性
メタボリックシンドローム
食後高血糖
高血圧
脂質異常症
脂肪肝
慢性腎臓病
動脈硬化
糖尿病
インスリン分泌不全
ミクロアンギオパチー
癌
(大腸、膵臓、子宮体部)
心血管病
サルコペニア
フレイル
腎症
網膜症
神経症
ASO
脳血管障害
虚血性心疾患
透析
失明
起立性低血圧
ED
下肢切断
脳卒中
認知症
心不全
(伊藤 裕 日本臨床 2003)

社会的背景

低栄養



20代男性の栄養摂取状況

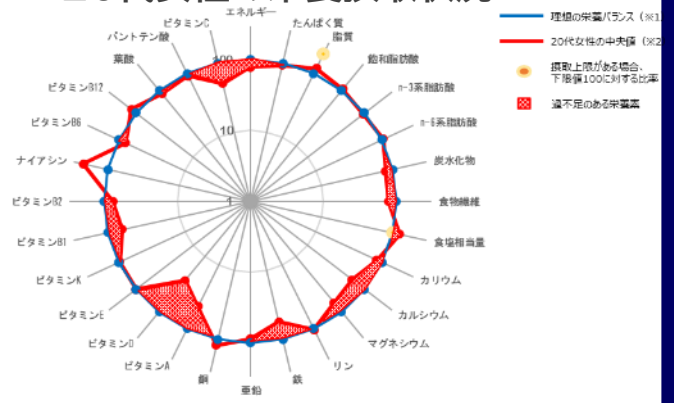


調査された28項目の栄養素等のうち、
18項目で不足あり

間違ったダイエット方法などによる
カロリーや栄養が不足した状態
将来的な健康リスクとなる

特に若年、女性に顕著

20代女性の栄養摂取状況



調査された28項目の栄養素等のうち、
20項目で不足あり

（※1）日本人の食事摂取基準を元に充足率を数値化（20-29歳）
身体活動レベルⅡの基準値を100とした場合）

（※2）国民健康栄養調査　令和元年　20-29歳

社会的背景

フレイル



フレイル（虚弱）

健康な状態と要介護状態の
中間に位置し、身体的機能や
認知機能の低下が
見られる状態

高齢者の 痩せ は要注意

・転倒の発生	1.3倍
・移動能力の悪化	1.5倍
・日常生活レベルの悪化	2.0倍
・初回入院	1.3倍
・死亡	2.2倍

社会的背景

食による未病

栄養代謝の偏り



未病とは・・・

「病気ではないが、健康でもない状態。
自覚症状はないが検査結果に異常がある場合と、
自覚症状はあるが検査結果に異常がない場合に
大別される。」（未病学会ホームページより）
http://j-mibyou.or.jp/mibyotowa.htm

“心身の揺らぎ”

（厚生労働省「未病指標について」
令和元年11月29日）
https://www.mhlw.go.jp/content/12300000/000572154.pdf

適切な栄養摂取による未病段階での介入是正

社会的背景

現状の問題点

現在の食環境では、
バランスよく栄養を摂ることは極めて困難

1. 食べたものの栄養素を正確に把握できない

2. 栄養素のバランスの良い食事を作るのは難しい

3. 栄養バランスが整った食は選択肢が限られ、
   食べられる場所も少ない

社会的背景

現状の問題点2

サプリメントやプロテイン等の利用では
不足する栄養素を追加することはできるが、
過剰な栄養素の低減はできず、摂り方に知識が必要
⇒食そのもので栄養バランスを整えたい

	不足する栄養素を追加 (ビタミン、ミネラル等)	過剰な栄養素の低減 (食塩、飽和脂肪酸、カロリー等)	栄養素に関する知識がなくてもバランス可能
サプリ等	○	×	×
栄養バランスが整った食	○	○	○

完全栄養食

市場規模は急拡大の見込み

2021年 ⇒ 2030年 比：**850%**

2030年完全栄養食市場規模(推定)：546億円

⇒　一方で統一されたルールが存在しない

富士経済 推計
2023年3月29日 日経MJ記事より抜粋

フードテックを武器に、日本が急成長している栄養食市場をリードする

01 背景

課題と市場が同時に拡大も共通ルールがない

・栄養不良の二重負荷（成長を妨げる低栄養と生活習慣病を引き起こす過栄養）が拡大

・栄養食品の市場は急拡大も、標準化された規格が存在しない

・消費者の混乱を招く懸念がある

02 いま必要なこと

信頼を支える共通基盤

・共通ルールの整備

・消費者が安心して選べる環境を作る

・栄養課題への貢献と健全な市場の発展を促す

03 WTの意義

日本主導の標準化で成長市場をリード

・産学官の知見を結集

・日本の力で栄養食品の産業を標準化

・世界市場で日本企業の競争力を高める

日本主導による

『栄養食品』の国際標準の策定を目指し、

取り組んでまいります

本ワーキングチームは、初期の共通基盤（標準化案）を迅速に構築するため、初期フェーズにおいてはメンバーを固定したクローズド形式で運用いたします。

以上

PBF普及推進WT　活動報告
(事務局　Plant Based Lifestyle Lab)

一般社団法人 プラントベース ライフスタイル ラボ
Plant Based Lifestyle Lab

「地球と人の健康」および「社会の持続的な発展」に向け、Plant Based Foodの普及を中心に、
産官学が連携しながら、Plant Basedが当たり前のおいしいヘルシーなライフスタイルを広げ、
根付かせる活動を行っています。

P-LAB概要（2026年10月時点）

名称	一般社団法人Plant Based Lifestyle Lab
設立	2021年10月1日
理事・監事	代表理事　田中康輔（株式会社パソナグループ　執行役員） 理事　生形省次（カゴメ株式会社　執行役員） 理事　鈴木清仁（不二製油株式会社　執行役員） 理事　山下春幸（HAL YAMASHITA東京　エグゼクティブシェフ／慶應義塾大学 大学院　特任教授） 監事　盛田兼由（敷島製パン株式会社　専務取締役）
正会員 計26社 （五十音順、 非公開含む）	アサヒグループ食品、ADEKA、池田糖化工業、エスビー食品、オイシックス、オリエンタル酵母、カゴメ、亀田製菓、キユーピー、クリエイティブリゾート、ケンミン食品、cotta、サンブリッジコーポレーション、敷島製パン、GKデザイングループ、日清食品ホールディングス、ニッスイ、ニップン、日本能率協会、パソナグループ、不二製油、Plantful、マリンフード、Mizkan、山口県予防保健協会、六甲バター
賛助会員 計21社 （五十音順、 非公開含む）	ICS-net、UMAMI UNITED JAPAN、エイベックス、江崎グリコ、エステー、ABC Cooking Studio、クボタ、阪本薬品工業、The Good Food Institute Japan、全国スーパーマーケット協会、大象ジャパン、TWO、TOKYO-T's、TREASURE IN STOMACH、ニチレイフーズ、日本アクセス、ピー・エム・シー、ファースト、マルサンアイ、モスフードサービス、ロッテ
website	https://pbl-lab.net/

P-LAB組織体制

環境省 Ministry of the Environment　経済産業省 Ministry of Economy, Trade and Industry　消費者庁 Consumer Affairs Agency, Government of Japan　農林水産省

フードテック官民協議会 PBF普及推進WT

PBF普及やPBL定着に関する課題と解決策について検討
PBFの情報発信・交流促進

企画委員会

P-LABの方向性、事業ドメイン、取組むべき活動等の検討。
P-LAB事業領域と提供価値の拡大策を提言実行。

総会

議長：田中代表理事
正会員

理事会

理事及び監事

事務局

広報室

技術・標準化委員会

- ■「基準認証」分科会
- ■「調査・研究」分科会

コミュニケーション委員会

- ■「交流」分科会
- ■「普及推進」分科会

P-LAB活動内容

アクション１　情報基盤づくり

- 生活者・外食小売調査　（9月第1回調査結果発表）
- 生活者・外食小売向け、PBF活用・PBL推奨ガイド作成
- 会員向けメルマガの配信（国内外産業動向、海外政策、研究開発状況の情報提供など）

アクション２　普及啓発のイベント実施

- PBF拡販キャンペーン
- PBF・PBL啓発イベント、シーズ発掘セミナー、食育ほか
- 大阪万博への参画検討

アクション３　さまざまな分野との融合による価値創造（オープンイノベーション推進）

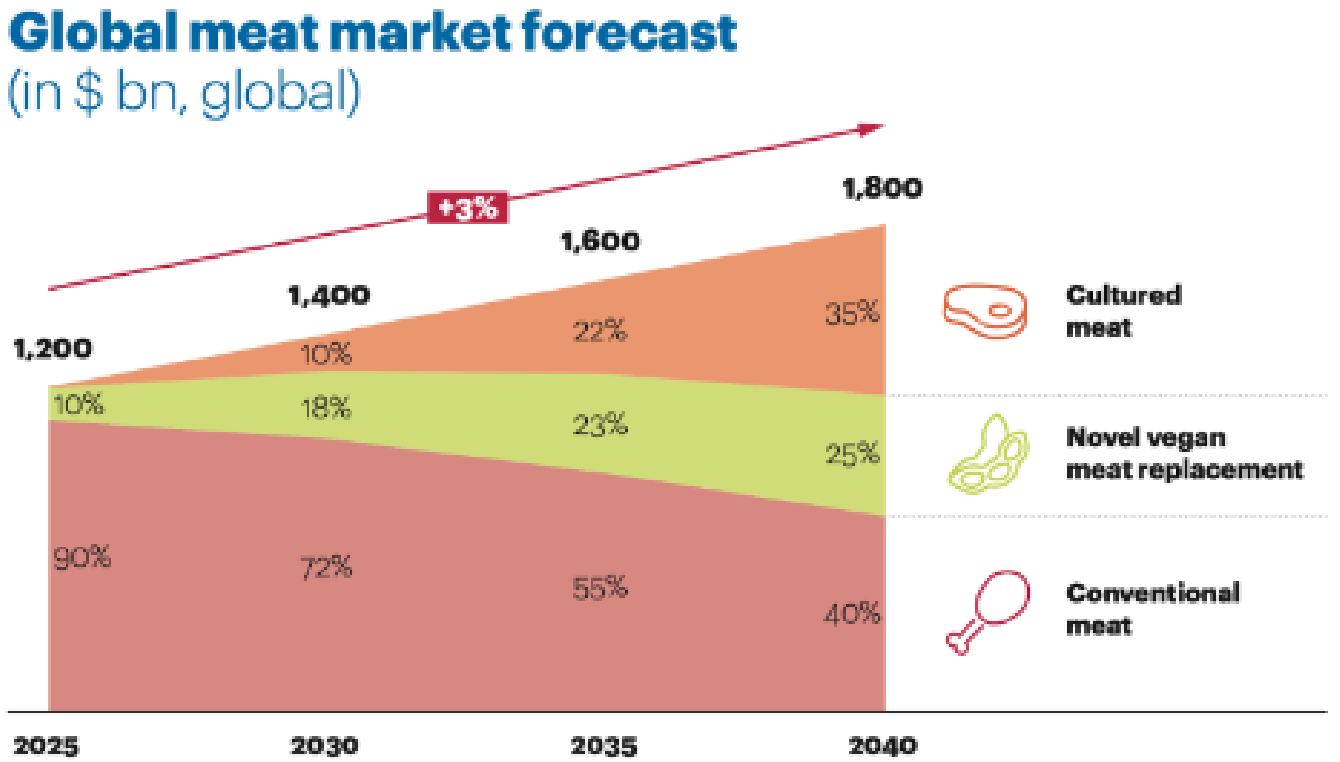
- 会員・産官学民の交流ネットワーク構築　→　会員企業間の自発的な取り組みを推進
- 海外のPBF推進団体やサステナビリティ推進イニシアティブ等との交流

アクション４　基準認証事業、政策提言・政策対話

- P－LABによるPBF基準認証制度確立（PBF価値の視認性向上）
- 食品表示についての提言（関係省庁へのロビー）
- フードガイドへのPBF組込み提言（関係省庁へのロビー）

プラントベース食品を巡る環境

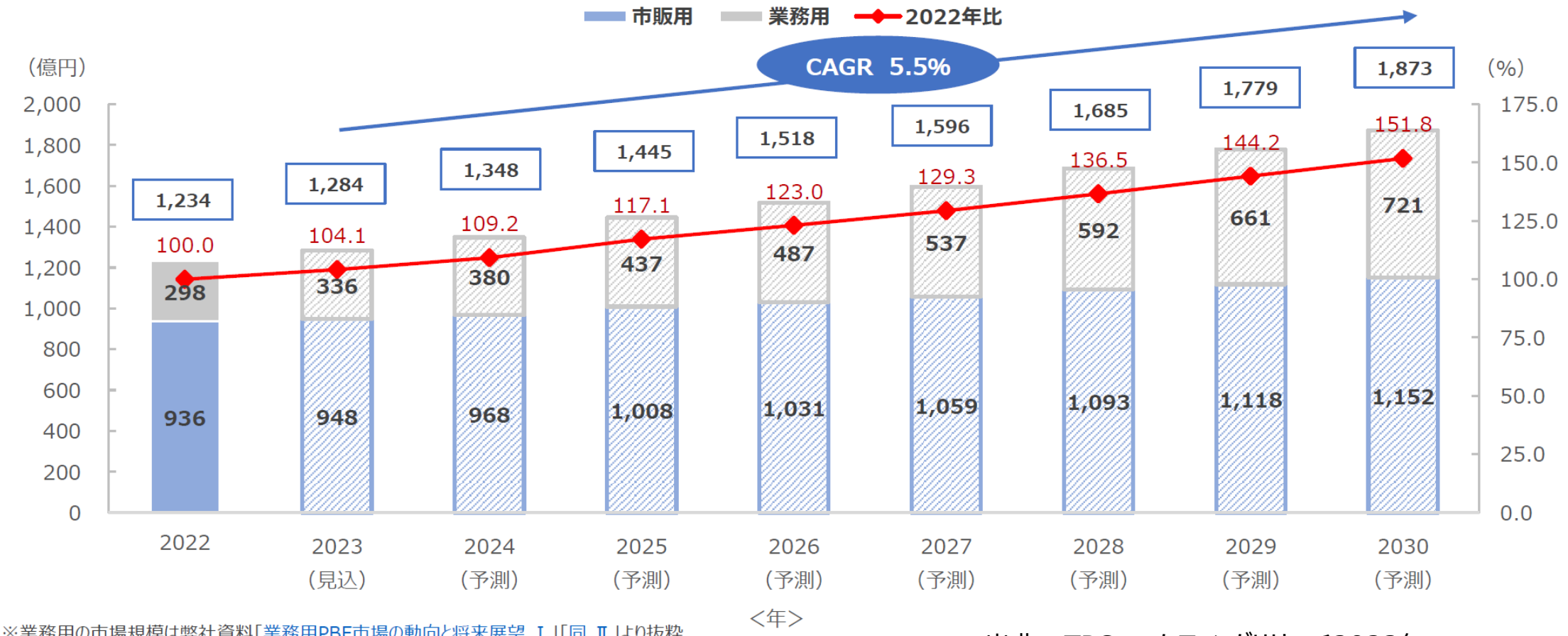
2020年ごろ、プラントベース？What? から比べると、広く認知はされてきた。
一方で、初期に期待されていたほどの伸びはなく、停滞しているような印象を受けるが、堅実に市場は伸びている。



出典：AT Kearny, How will cultured meat and meat alternatives disrupt the agriculture and food industry.

日本のプラントベースフードの市場規模（2030年予測）

・日本のPBF 市場（豆乳を含む）は年平均5.5%増で推移していくとみられ、2030年に約1,900 億円の規模まで拡大すると予測。
・市販用は年平均2.6%増、業務用は年平均11.7%増で伸長していく見込み。

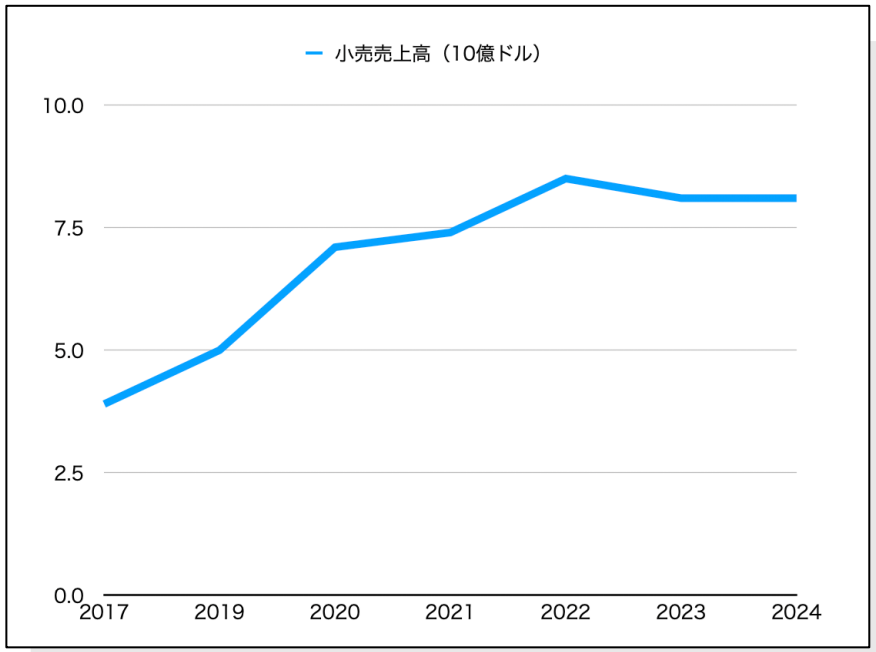


※業務用の市場規模は弊社資料「業務用PBF市場の動向と将来展望 Ⅰ」「同 Ⅱ」より抜粋

出典：TPCマーケティングリサーチ2023年

米国のプラントベースフードの市場規模

・USにおけるプラントベースフードの売上推移　2024年で80億ドル（1兆2000億円）の売上となっている。



・2022年をピークに小売市場は停滞。アーリーアダプターへの浸透が一巡し、キャズム（溝）を越えるための「第2世代」の価値提案（価格・味・クリーンラベル）が求められるフェーズへ移行。

・80億ドル＝1兆2000億円。アメリカのマーケットサイズが日本の4倍、物価は3倍として補正すると、日本だと1000億のマーケット。＊実際は1200億程度と言われているので同じレベル。

Ag Founder 調べ

拡大に向けての課題感

・味（美味しくない）

・栄養素（ミネラルが少ない、食塩含有量）

・クリーンラベル（食品添加物、高度加工食品）

・値段（高い）



メチルセルロース
ゲル化剤　高温で固まる性質を利用

この数年の主な活動

日本から世界に向けプラントベースライフスタイルの発信@P-LAB

日本初！プラントベース食品の基準認証制度を創設





大阪・関西万博での発信@P-LAB









大阪・関西万博での発信@P-LAB

大阪・関西万博パソナグループパビリオン「PASONA NATUREVERSE」に協賛

OSAKA, KANSAI, JAPAN EXPO2025 | PASONA

PAVILION PARTNER





PBF普及推進WTで開催したプラントベーススイーツイベント@東京農工大学遛遁館





課題感など

活動内容：2025年プラントベース食品の認証制度を運営開始



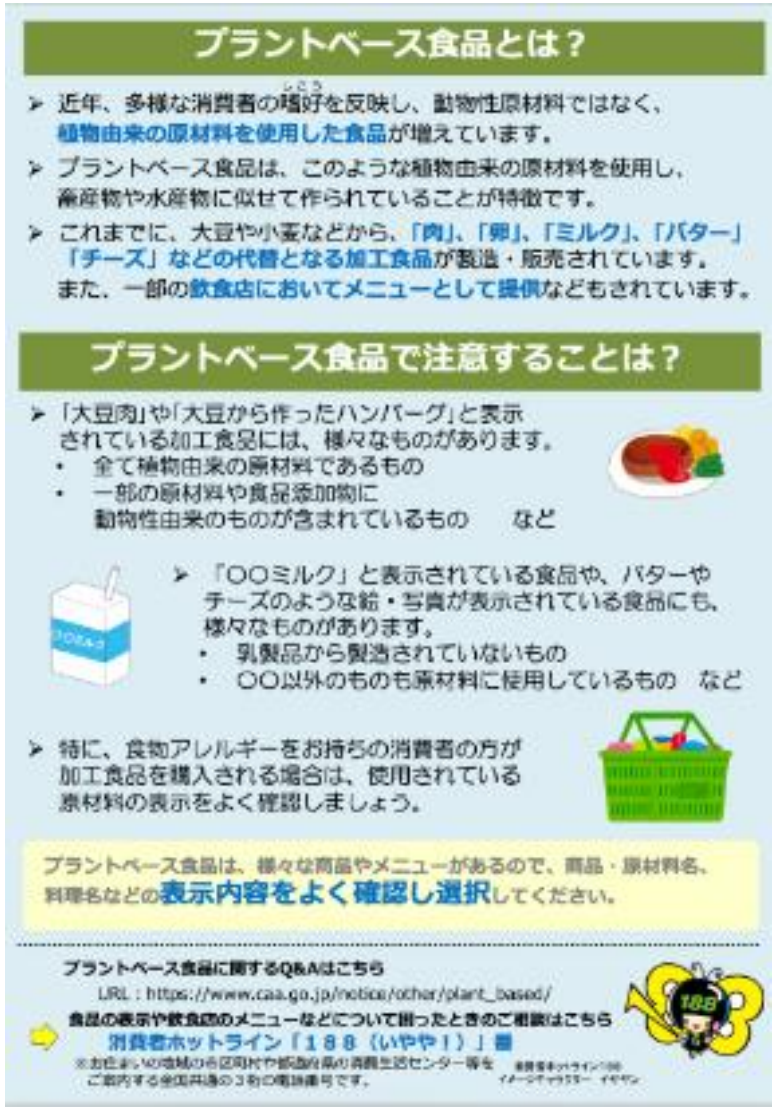


2025年プラントベース食品の認証制度を開始

現在、P-LABの会員企業　**9社42品**が認証　今年から認証の対象を会員外にも拡大を図る予定

2025年9月には**ISO（国際標準化機構）**が、プラントベース食品の定義やラベリングに関する初めての国際標準規格を策定

活動内容：2021年プラントベース食品表示のガイドライン整備



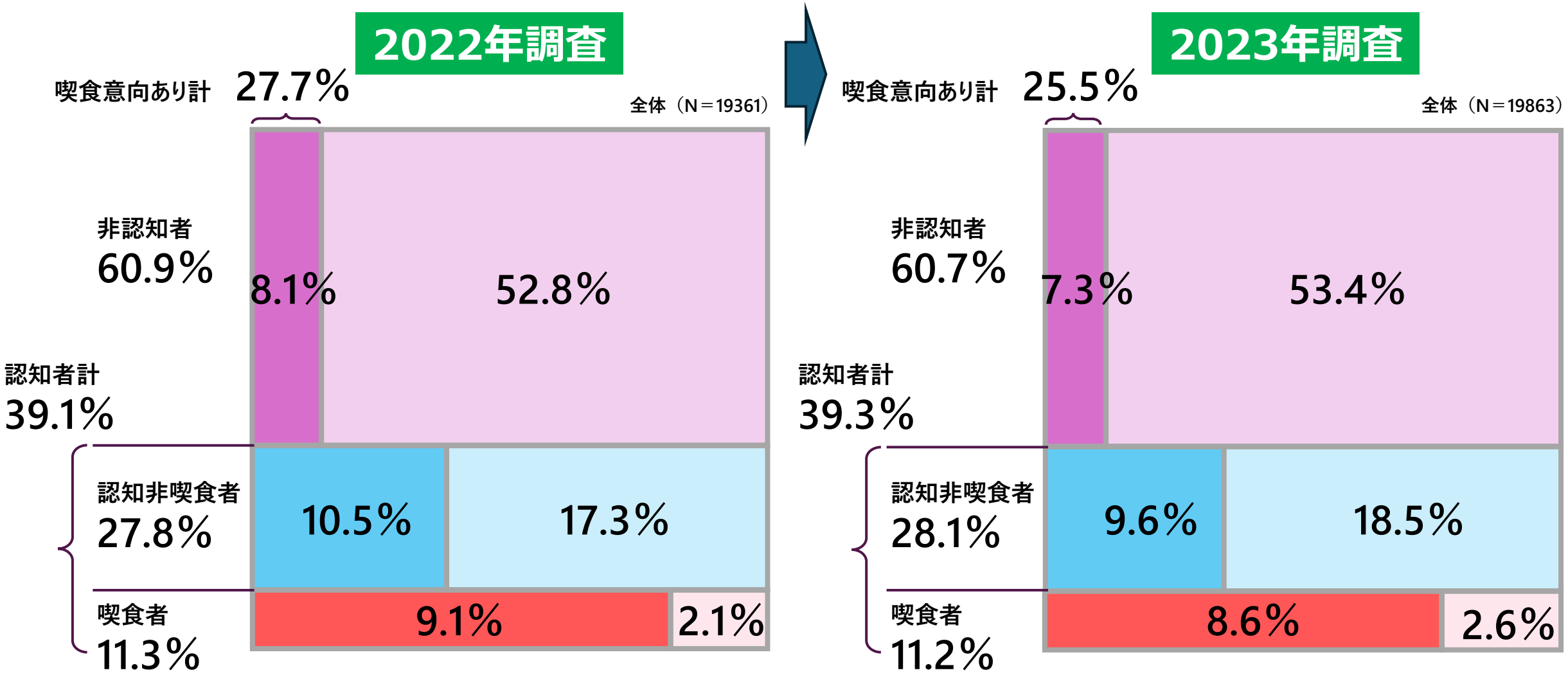
2021年プラントベース食品の表示ガイドラインを提案

・代替食品の表示について、世界に先駆けて日本が表示制度を明示
・「代替食品」であることが消費者に伝わっていれば、肉、卵といった表現が可能
→和牛（公正競争規約）や商標を侵害するものは別

現在では
・ヨーロッパでは「消費者の誤認防止」と「伝統的な畜産業の保護」の観点から、非常に厳しい規制が進んでいる。
・アメリカでは、州法で規制が出来たりしていたが、代替肉メーカー側が「表現の自由（合衆国憲法修正第1条）の侵害だ」と訴えを起こしており、勝訴した。
その後、FDAが日本と同等の規制を提示。

日本でのプラントベースフード普及に関する課題

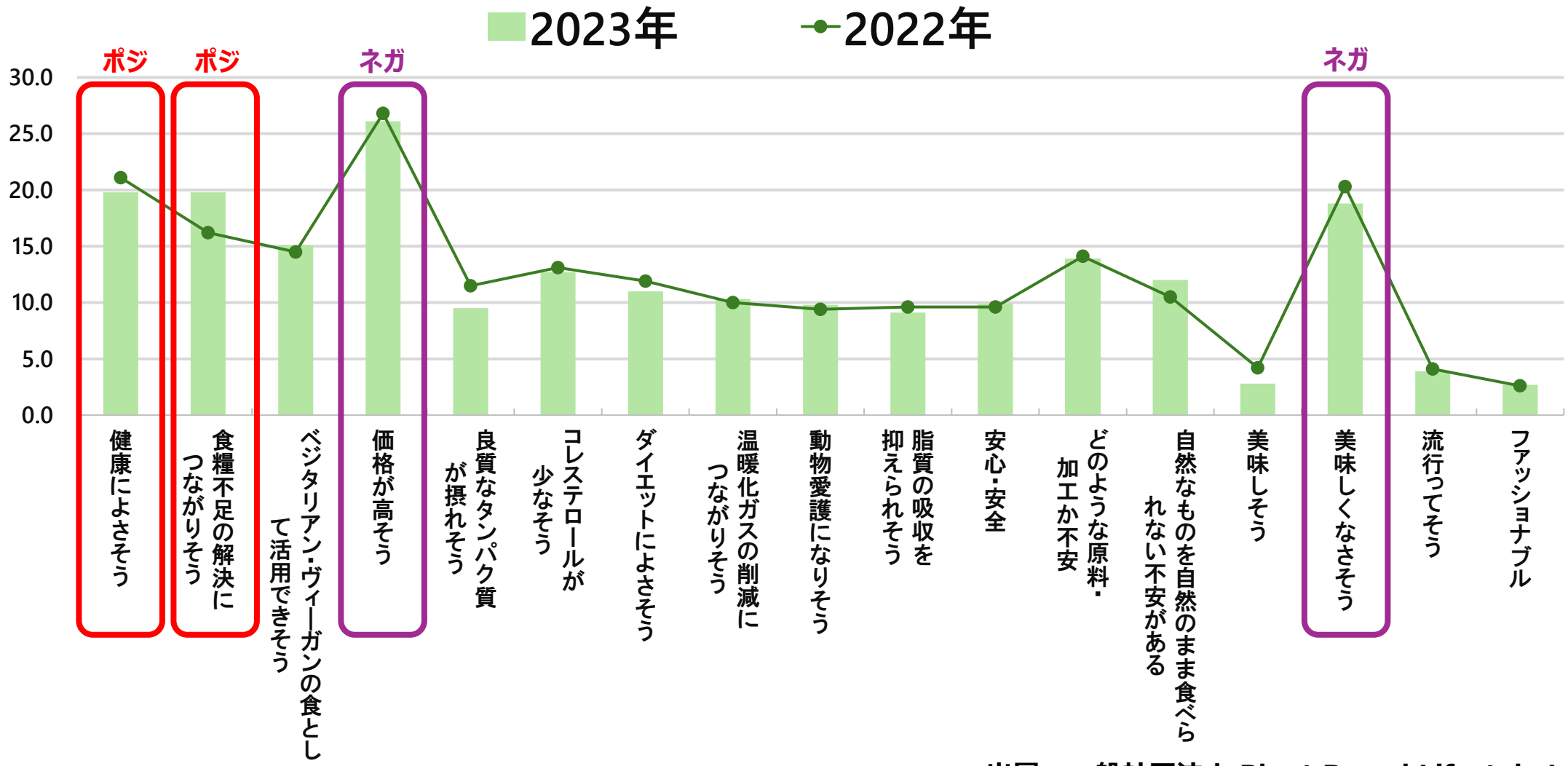
PBFの認知度不足



出展：一般社団法人 Plant Based Lifestyle Lab

日本人のプラントベースフードの印象・イメージ

健康や地球環境に良さそうだが、高くて、おいしくなさそう。



出展：一般社団法人 Plant Based Lifestyle Lab

最後に呼びかけさせてください。

①　社団法人に関わること
・スタートアップが加わりやすい形は？
・大企業が加わりやすい形は？
・WTのイベントは活気が出る

②　エコシステムを作ること
・法制整備にはお金と時間がかかります。
・個社の技術開発には補助が出るのですが、、、

③　WTや社団で横の連携しましょう

④　プラントベースを考えている会社は、是非P-LABに加入してください。
・流通会社にたくさん入ってもらいたい
・認証商品をもっと増やして手に取りやすい環境を作りたい
・農家や消費者などのステークホルダーも加わってもらいたい

会員種別

	正会員	賛助会員
主な入会メリット	・定時総会への参加 ・委員会への参加 ・会員限定催事への参加 ・会員限定データへのアクセス	・委員会主催の活動へオブザーバ参加 ・会員限定催事への参加 ・会員限定データへのアクセス （※上記は、正会員のみ対象のものは除く）
会費	入会金　10万円 年会費　36万円	入会金　3万円 年会費　12万円
入会条件	PBFならびにPBLに関する 製品またはサービスの開発／生産／販売を行う法人、 専門的な知識や経験を有する法人 任意団体設立会員もしくは正会員1名以上からの推薦 定款確認の上、会員規約に同意いただけること。	P-LABの目的と事業に 賛助するため入会法人又は団体 定款確認の上、会員規約に同意いただけること。

2026年10月19日　フードテック官民協議会　第2回総会

アップサイクルフード WT 活動報告

～　アップサイクルフードを、文化からあたらしい産業へ。　～

一般社団法人アップサイクルフード協会

UPCYCLED FOOD

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

フードテック官民協議会 アップサイクルフードWT

発起人　ASTRA FOOD PLAN（株）、オイシックス・ラ・大地（株）、（株）オリゼ、（株）グリーンエース

アップサイクルWTの対象

- サプライチェーン上流（生産・加工）の未利用素材を食品にアップサイクルすること

アップサイクルWTの目的と取り組むべきテーマ

- 生活者・事業者の課題を解き、アップサイクルを社会に浸透させる
- アップサイクルの定義やルールを明確にする
- 生活者と事業者が信頼できるアップサイクル認証制度により市場を拡大させる
- 食品リサイクルのように、事業者にも一部費用負担してもらうことができる制度にする

2026年6月～始動

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

一般社団法人アップサイクルフード協会の立ち上げ

産官学の多様な組織が８９社参画（2026年8月20日時点）

Dアミノ酸ラボ株式会社
西村あさひ法律事務所・外国法共同事業
静岡県立浜松商業高等学校
アクセンチュア株式会社
MOTTAINAI BATON株式会社
クラストジャパン株式会社
株式会社ロッテ
キリンホールディングス株式会社
中部電力ミライズ株式会社
株式会社エー・アソシエイツ研究所
株式会社LOSS IS MORE
株式会社HiOLI
ヤマキウ株式会社
株式会社リバネス
株式会社Booon
NPO JAPAN CONNECT
合同会社レコルトドール
一般社団法人日本サステイナブル・レストラン協会
ヒューマン・メタボローム・テクノロジーズ株式会社
公益財団法人 静岡県産業振興財団
株式会社シグマクシス
株式会社オカラテクノロジズ
池田糖化工業株式会社
東日本旅客鉄道株式会社
野菜で健康研究所株式会社
ミツイワ株式会社
株式会社スモールアイランド
Cinq sens （個人事業主）
ディーツフードプランニング株式会社
株式会社　ヤタロー
株式会社スナックミー
株式会社アスク

SK弁理士法人
株式会社JOYCLE
ノリタケ株式会社
Crrit株式会社
NoMy Japan株式会社
株式会社日清製粉ウェルナ
Smoke-i-freet
株式会社東京バル
アサヒユウアス株式会社
株式会社ヤタロー
株式会社GOOD NEWS
株式会社日テレアックスオン
株式会社サティスファクトリー
株式会社ミナト
TMI総合法律事務所
株式会社クォンタムフラワーズ＆フーズ
株式会社麹ラボ
㈱トップス
株式会社JTB
Cell First
株式会社GoldenHarvest
CAROT株式会社
国立大学法人東京農工大学 西東京国際イノベーション共創拠点
江崎グリコ
山口県長門市
株式会社ソニー・ミュージックアーティスツ
一般社団法人首都圏産業活性化協会

ビジネスコンシェルジュ東京/アデコ株式会社
Too Good To Go 株式会社
コンコント株式会社
国分グループ本社株式会社
日硝実業株式会社
北海道大学
株式会社リジェンワークス
株式会社REDD
株式会社OFFICE MAKI
サンク・センス
三栄源エフ・エフ・アイ株式会社
イワキ株式会社
土田酒造株式会社
一般社団法人アグリフューチャージャパン
株式会社グリーンエース
株式会社オリゼ
ASTRA FOOD PLAN株式会社
オイシックス・ラ・大地株式会社
株式会社 三菱UFJ銀行
三菱食品株式会社
KPMGコンサルティング株式会社
株式会社グリーンハウス
株式会社Beer the First
pecheco
森永乳業株式会社
㈱Sustainable Y Technologies
株式会社Virtuous circle
株式会社TOMUSHI
株式会社ファーメンステーション
株式会社tane

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

フードテック官民協議会 アップサイクルフードWT

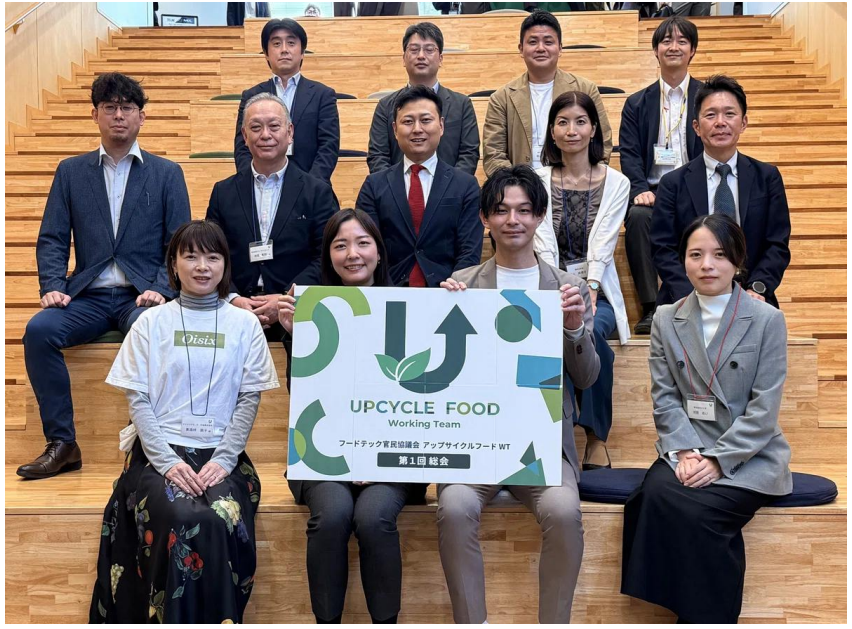
2025年11月～WT発足の初回大会　大学発スタートアップ創出支援事業
関連メーカーや省庁、スタートアップ中心に会場・オンライン
合わせて152者が参加し、2026年8月時点では89社が参画






YAHOO! JAPAN ニュース
オイシックスなど48社、産官学連携でアップサイクル食品を普及へ
alterna
記事のポイント①未利用食材などを活用したアップサイクル食品の普及へワーキングチームが発足した②オイシックスなどが呼びかけて48社が参画、農水省・環境省などとも連携する③アップサイクル食品の定義や認証制度を設立するなど環境整備へ
未利用食材などを活用したアップサイクル食品の普及に向けたワーキングチームが発足し、11月4日に都内で第1回総会を開催した。オイシックス・ラ・大地など4社が発起人となり、48社が参加を表明。農水省や環境省などとも連携する。今後、アップサイクル食品の認証整備など環境整備を進めていく。（オルタナ編集部・萩原 哲郎）





多様な主体によるスタートアップ支援展開事業
TOKYO SUTEAM

事業を速く・広く進めるために
一般社団法人アップサイクルフード協会を設立

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

一般社団法人アップサイクルフード協会の体制

ワーキングチームで知見を集め、協会で仕組みとして実装する

環境省

農林水産省

フードテック官民協議会
アップサイクルフードWT

UPCYCLED FOOD

一般社団法人アップサイクルフード協会

総会

理事会

制度設計委員会

（仮）アップサイクルフードの定義や認証基準の策定、法令・規制等のルールメイキングを担う

運営事務局

事業計画の策定と管理を支援し、組織運営基盤を全般的に支える

コミュニケーション委員会

（仮）会員同士をつなぐ情報共有・ハブ機能と、認知拡大に向けた対外的な発信・PRを担う

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

協会が目指す世界

MISSION / 理念

アップサイクルフードを、文化からあたらしい産業へ。

個々に息づく知見を、誰もが参画できる仕組みに。

VISION / ビジョン

アップサイクルフードの価値を可視化し、
社会の隅々まで行き渡らせる。

社会に根づいた食の選択肢となり、誰もが自然に手に取り、選ぶことが誇りとなる未来を創ります。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

私たちが大切にする価値観

アップサイクルフードに関わる全ての人たちと共に

ひらかれた共創

あらゆるプレイヤーを巻き込む場をひらき、仲間を集めることで、私たちはアップサイクルの「ハブ」であり続けます。

価値の伝道師

価値を伝える伝道師として、アップサイクルフードを選ぶ選択が、自分・社会・未来にとってポジティブな「選ぶ理由」を提供します。

挑戦と知恵の循環

未利用資源を新たな価値へ転換する知恵を共有し、生産者から加工の担い手まで、挑戦するすべてのつくり手が価値創造に誇りを持てる環境を創り出します。

持続可能な仕組みづくり

新たな技術も、一時的なトレンドで終わらせず、社会全体が活用できる共通のインフラへ。未利用資源をアップサイクルする仕組みを、日本から世界へ拡げます。

価値を届ける共創者

アップサイクルフードが価値ある食の選択肢として選ばれ続けるために、誰もが自然に手に取り、選ぶことが誇りとなる「市場」を共に創ります。

伝統と知見を活かした再構築

これまで「もったいない」の精神で食べ物を大切にしていた日本の取組みを取り上げ、より多くの人に活用してもらえるプラットフォームにします。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

市場形成を阻む4つの共通課題

良い商品や技術を広げるには、共通ルールと市場環境が必要

1. 定義	何をアップサイクルフードと呼ぶか。 食品ロス削減やリサイクルとの違いを共有する。
2. 信頼	原料・製造・表示の共通基準が未整備。 生活者や取引先が判断できる情報が必要。
3. 事業環境	食品原料として活用する際の実務整理が複雑。 調達・製造・物流・販路をつなぐ必要がある。
4. 認知・需要	商品の価値や、選ぶ理由が伝わりにくい。 環境への配慮と、おいしさ・品質の価値を届ける。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

協会が取り組む4つの領域

信頼され、選ばれ、事業として続く市場をつくる

定義・基準づくり	日本に適した定義と、原料・製造・表示の論点整理。 事業者が共有できる共通言語をつくる。
認証制度の設計	対象・審査・証明・更新の仕組みを検討。 生活者と事業者が信頼できる制度を設計する。
事業環境の整備	法令・制度上の課題を整理し、関係者と対話。 現場の課題を提言につなげる。
認知拡大・市場形成	事例発信、イベント、共同PR、マッチング。 商品開発や販路開拓の機会をつくる。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

取り組み ①：認証制度の確立

制度には、アップサイクルフードとしての側面とサプライチェーンの側面が必要

- **生活者の認知向上**
  基準を満たす アップサイクル食品 を明確にすることで、生活者が
  ひと目で選びやすい 認証制度を設ける。
  （Upcycled Food Association との 連携も検討）

- **事業者の信頼獲得**
  アップサイクル原料を使用するメーカーや、
  アップサイクル商品を取り扱う小売企業が **信頼できる仕組み** を構築する。

- **行政との連携・ルールメイキング**
  産業廃棄物処理法や再資源化事業等高度化法 における特例措置の前提となる定義を確立する。

Ref: Upcycled Food Association

Ref:一般社団法人Plant Based Lifestyle Lab

Ref:一般社団法人 食・楽・健康協会, ロカボ

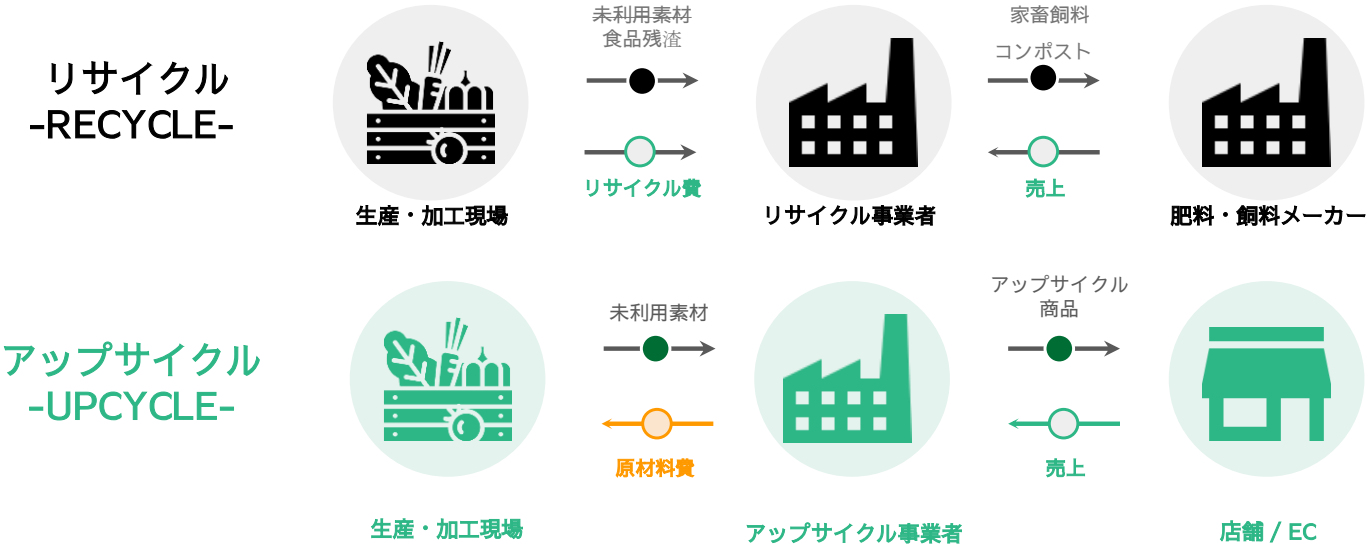
アップサイクルフード認証

- **アップサイクルフード**
  - 未利用素材を活用していること。
  - 食品として活用していること。
  - 価値の向上を実現していること。
- **サプライチェーン**
  - 適切な衛生管理（保管・加工）がなされているのか。
  - 原料および商品のトレーサビリティはあるか。
  - 調達した未利用素材が適切に使用されており、
    実質的なリサイクルになっていないか。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

取り組み ②：ルールメイク

リサイクルのような収益モデルを取れば、アップサイクルフードの価格を低減することが可能



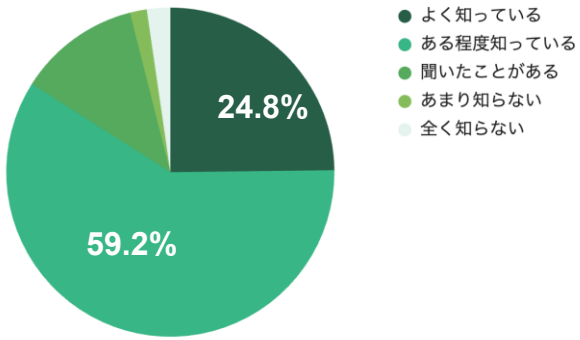
食品リサイクルとアップサイクルでは、生産・加工現場から提供される未利用素材が同じであるにも関わらず、
お金の流れが逆（リサイクル事業者は収入、アップサイクル事業者は支出）となっている。
アップサイクル事業者が、未利用素材を購入ではなく、引受できれば、アップサイクルフードの収益性が向上する。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

取り組み ③：イベント開催

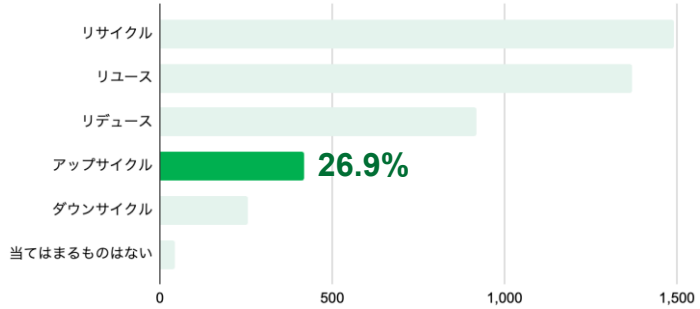
アップサイクルフードに対する認知を拡大し、商品を正当に評価してもらえる環境が必要

Q. 食品ロス問題について知っていますか。



(n=1,564)

Q. 次のうち、聞いたことがある言葉を全て選択してください。



(n=1,564)

食品ロス問題は８割以上の人に知られており、リサイクルの認知度は９割以上だが、
アップサイクルの認知度は 26.9%に留まる。
加えて、アップサイクルフードのイメージとして、衛生面や安全性に少し不安を感じる（15%）や
通内容をよく知らないので、今のところ判断できない（18.1%）といった声も挙げられている。

Ref:アップサイクルに関する意識調査, 2026

**生活者・事業者に、アップサイクルフードの概念や商品を知ってもらい、
正しく商品を評価してもらう機会を創出する**

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

会費を業界共通基盤へ再投資する

個社では整備しにくい共通基盤を共創する

定義・認証制度	調査、設計、検証、運営準備
制度・専門調査	法務・市場調査、行政・有識者との対話
会員の事業機会	勉強会、交流会
市場への発信	展示会、イベント、共同PR
継続する運営基盤	Web・事例情報の整備、事務局の運営

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

会員が得られる4つの価値

自社の事業成長と、市場全体の成長につながる機会をつくります。

ネットワーク	多様な企業・行政・研究機関との接点。 同じ課題を持つ担当者との継続的な情報交換。
ビジネス機会	原料・技術・製造・販売先のマッチング。 共同開発、展示会、商談への参加機会。
市場形成への参画	定義・基準・認証制度の議論に参画。 現場の課題を制度設計や提言に反映。
情報発信・信頼形成	登壇、会員事例の紹介、共同PR。 自社の取り組みと価値を社会へ伝える。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

会員種別

	正会員	賛助会員	特別会員
入会費	2万円	2万円	-
年会費	30万円	5万円	1万円
登録参加者	５名まで	１名まで	２名まで
議決権	◯	-	-
要件	協会の方針に賛同	主に小規模事業者や創業初期のスタートアップなど	専門性や知見を有し、主体的に関与して実務的な貢献を行う大学などの専門機関



Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

アップサイクルフードの課題を整理し、解決へ

2026年10～12月

課題整理

アップサイクルに関する現状の課題を整理し、課題意識の共有・議論を行う。

2027年

認証制度試験運用

認証制度や食品衛生の取り扱いに係るガイドラインの運用開始を目標として設定。

2028年

認証制度一般公開

認証制度の一般公開を目標として展開

2028年

公的認証の推進

自社認証と区分けした公的認証としての位置づけ・展開。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

イベント告知：2026年10月28日

一般社団法人

アップサイクルフード協会

設立発表会

アップサイクルフードを、
文化からあたらしい産業へ。

2026年10月28日（水）14:30受付開始、15:00開会
大手町ゲートビルディング MINORIWA（ミノリワ）

UPCYCLED FOOD

申込フォーム QR

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

アップサイクルフードを
文化からあたらしい産業へ。

活かせる食品由来資源はありますか。
提供できる技術・販路・知見は何ですか。
どのような仕組みがあれば、事業を広げられますか。

入会・個別相談・委員会への参画をご相談ください

問い合わせ先：アップサイクルフード協会　運営事務局　info@upcycld-food.jp

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

個社の事業から『あたらしい産業』にするためには、、、スタートアップだけでは推進力不足

特に市場としても『あたらしい』場合、、、
法整備・ガイドライン策定等にたどり着くまでに、調査・分析・試行などが必須。スタートアップの体力や資金だけでは困難。。。

Copyright © Upcycled Food Working Team. All Rights Reserved.

美食テックWTご紹介

2026.10.19

美食テックWT 事務局
OISSY株式会社　代表取締役社長
鈴木隆一

自己紹介

- AI味覚センサーレオ開発者、「日本人の味覚は世界一」等著書多数
- 美食の街として名高いサンセバスチャンの美食大学(BCC)主催のコンテストでアメリカ・イギリス・デンマーク・アルゼンチンのチームを破って最優秀賞（世界一）を受賞
- **ガストロノミー×フードテック**を実現したくて**美食テック**WT設立



2026.10.15
「秘密のケンミン
SHOW 極」出演



農林水産省 美食テックWT勉強会

2025年4月21日15~17時　港区産業産業振興センター11階　ホール小

アイアンシェフの知恵と経験を商品開発に生かす
～日本料理「くろぎ」×森永の商品開発事例～

対談　アイアンシェフの知恵と経験を商品開発に生かすには



農林水産省
食文化室長
牧之瀬 泰志 氏

×



丸橋企画
ディレクター
丸橋 裕史氏

×



「料理王国」
編集長
柴田 泉 氏

×



美食テックWT事務局
OISSY社長
鈴木隆一(司会,)

フードテック官民協議会 美食テックWT

2025年7月22日15~18時　KDC@JR新大久保駅ビル3・4F

「酢酸菌」が導く食の未来図
シェフ×メーカーの共創　料理試食あり



アル・ケッチァーノ
オーナー
奥田政行シェフ

×



菊乃井
常務取締役
堀知佐子シェフ

×



キユーピー
免疫・認知PJ
奥山洋平氏

×



美食テックWT事務局
OISSY社長
鈴木隆一(司会)

2026年9月28日~9月29日新潟にて



新潟フードテックタウンイベントにて
Juan-Carlos Arboleya教授らと



新潟大学イベントにて
佐久間副市長らと

Juanは”International journal of gastronomy and food science”
を2012年にElsevierから創刊、美食×科学を融合させた

昨年RED-U35優勝La Plage（佐渡）訪問



須藤良隆シェフ

甘鯛ポワレ
コシヒカリリゾット



- 「来る→感動する→本国でその食材・料理を購入」というインバウンド集客と輸出拡大のハイブリッドモデルを訴求
- シェフがスタートアップ創業に関わるという新しい潮流

Exolactate® 乳酸シャトル理論ベース スタートアップ
今年のツールドフランスでも注目された次世代エナジーゲル

Our founders
スポーツ科学者



Aitor Viribay

Chief Scientific Officer

PhD in Sports Science. Expert in Exercise Physiology, Metabolism, and Performance Nutrition. Global Sports Performance Director at Salomon.

シェフ（ムガリッツ、ミシュラン2星）



Dani Lasa

Chief Culinary Officer

Chef, Culinary Innovator, and Entrepreneur. Specialist in No/Low Alcohol Beverage Development and Lead Project Manager at Ama Natural Sparkling Tea.

材料科学者
美食学術誌立ち上げ



Juan Carlos Arboleya

Chief Innovation Officer

PhD in Biophysical Chemistry. Professor and Researcher at Basque Culinary Center. Editor-in-Chief of the International Journal of Gastronomy and Food Science.

FLYING FOODS（シェフが代表のスタートアップ）

FLYING FOODS

FLYING FOODS

創業メンバー

ミシュランガイド掲載シェフと事業開発のプロフェッショナルが、生産者の収益性向上を支援。



田中　俊大（代表取締役CTO）

福岡県生まれ。

「JANICE WONG」をはじめ複数店でデザートを学び、「Jean-Georges Tokyo」のシェフパティシエに就任。

その後、「L'atelier à ma façon」にてエグゼクティブシェフを務め、2022年に「VERT」開店して独立。

「ミシュランガイド東京 2026」セレクテッドレストラン選出、「LA LISTE 2026」注目のパティシエ賞受賞。



金子　史人（代表取締役CEO）

香川県生まれ。福岡県と神奈川県で育つ。
栄光学園高等学校、武蔵野美術大学卒業。

大手ネット広告会社において、地方支社の立ち上げ、営業マネージャー、新規事業開発などを経験し独立。

その後、地場企業や地域に係るサービスの企業再生や事業開発をハンズオン支援。累計300億円以上の広告を運用し、1,000億円を超える売上を創出。

2021年に宮古島産マンゴーのブランド化に取り組み、単価を約2.7倍に。

(C) 2026 FLYING FOODS

今後の活動

- 美食をフックにした街づくりの支援/情報交換会
- シェフがスタートアップに関わっていく事例研究

ご興味ある方は、鈴木（ryu@oissy.jp）にご連絡ください