FOODTECH
フードテック官民協議会

“美味しさ×健康”をどう売るか
～海藻由来・塩分オフセット技術の市場拡大戦略～

トイメディカル株式会社

2026年10月19日

企業概要

ビジョン

『おいしい』も『健康』もあきらめない世界の実現

ミッション

塩分オフセット技術を世界の食のプラットフォームにする

社名	トイメディカル株式会社
代表者	代表取締役　竹下英徳
設立	2013年10月9日
事業内容	食品の製造販売
資本金	100,000千円(資本準備金455,000千円)
株主	M&C(同) ヤマエグループホールディングス(株) 肥銀キャピタル(株) (株)リバネスキャピタル ロート製薬(株) 再春館共創ラボラトリー(株) 東洋製罐グループホールディングス(株) マルコムホールディングス(株)
従業員数	15名(2026年6月末現在)
所在地	本社:熊本県熊本市南区富合町志々水48－1 096-342-6477

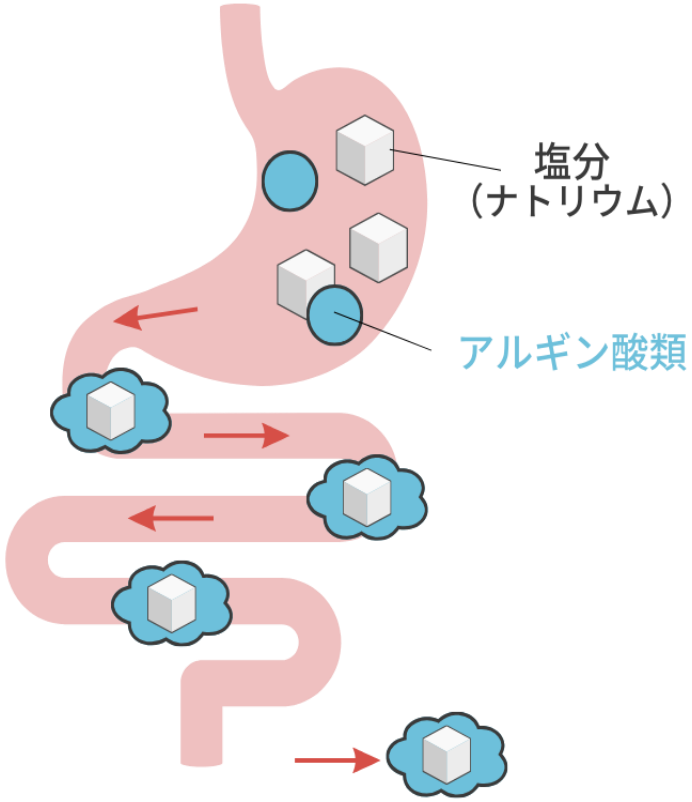
減塩を取り巻く世界状況

1. CVD（心疾患と脳卒中）の死者が世界最大の死因としての定着
   世界全体の死亡数の約30%で高血圧が最大の要因
2. WHOガイドライン（2016年）
   成人の塩分摂取量を1日5g未満に削減することを推奨
3. WHOの「世界平均のナトリウム摂取量を30%削減する」という
   目標は現状極めて困難
4. 2025年1月、WHOが塩化カリウム代替塩の推奨を開始。
   しかし苦味と健康リスクの課題が残る
5. WHOは「啓発から法的規制・政策導入への切り替え」を推奨し、
   医療費削減のため、厳しい義務化がすすむ
   ・栄養表示の義務化
   ・塩税の導入
   ・高塩分食品のプロモーション規制



個人の味覚的嗜好や伝統的な食文化が置き去りに。
味に影響しない新たなソリューションの必要

塩分オフセット技術の技術概要



胃の中でアルギン酸類が食事に含まれた
塩分（ナトリウム）をキャッチ

ゲル状になり、
ナトリウムをキャッチしたまま移動

便と一緒に排出する

塩分オフセット技術のメリット



美味しさの維持



健康リスクの低減



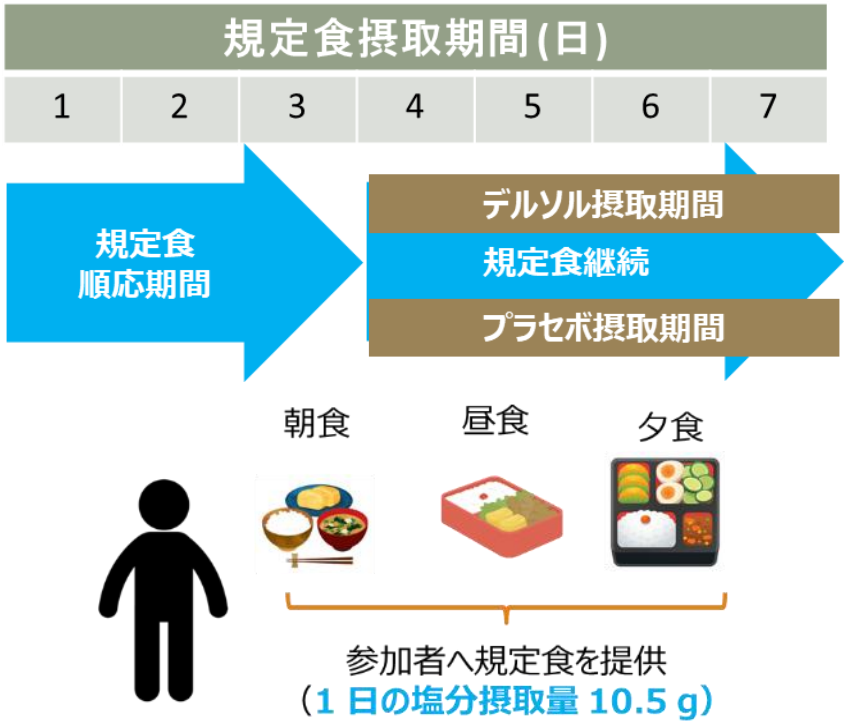
安全性の担保

行動変容が不要で
継続性が高い

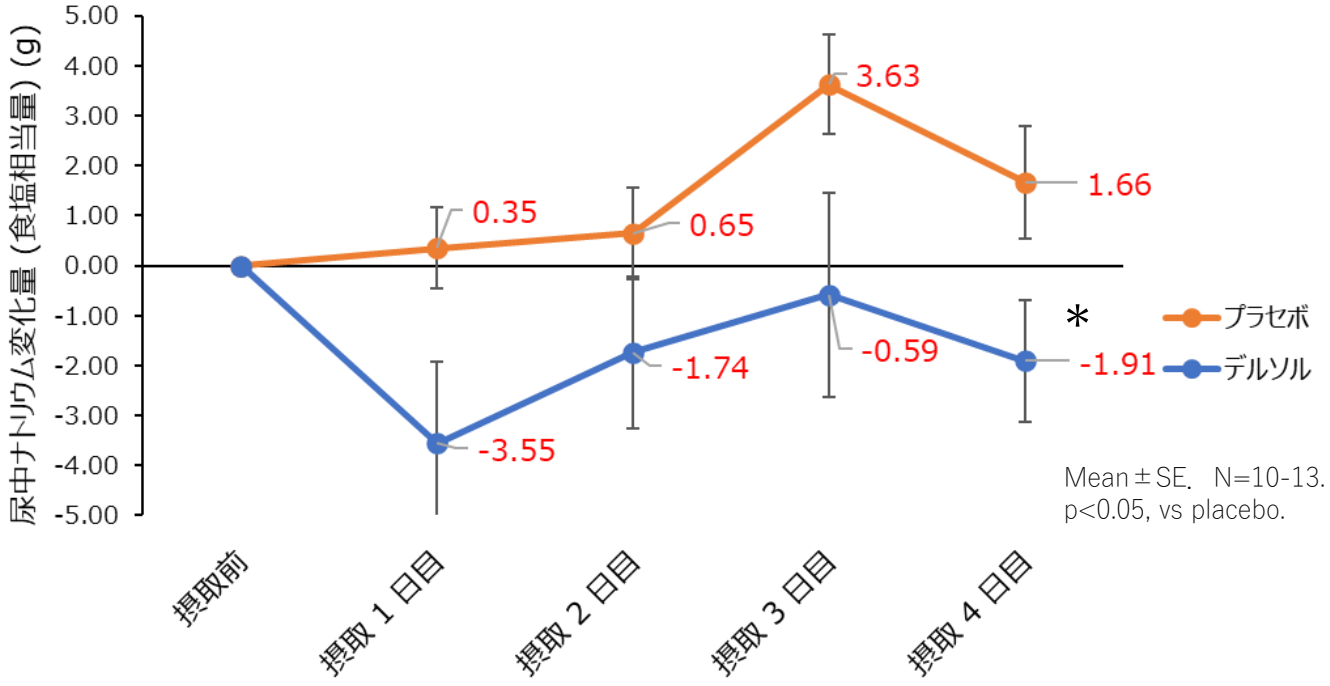
塩分オフセット技術の臨床評価

臨床試験名：サプリメントの低用量摂取による塩分吸収抑制効果に関する試験
(UMIN試験ID: UMIN000046641)

◆ 試験概要



◆ 試験結果



プラセボと比較して試験食品 で塩分吸収量が
1～3 g/日抑制されている結果を示した。

プロダクト

サプリメント



2018

調味料



2024

スナック菓子



2025

食品添加物



BtoC市場

BtoB市場へ拡大

TOY MEDICAL

フードテックビジネスコンテスト以降の受賞歴

2月　:農林水産省　フードテックビジネスコンテスト最優秀賞

3月　:Food/AgriTech Seed Acceleration Program採択

5月　:スペイン　FOOD4FUTURE　Foodtech Innovation Awards 2025
　　（アジア企業として初）

5月　:Startupworldcup　2025　九州予選　優勝

5月　:令和6年度熊本工業大賞Well-being 賞　受賞

5月　:JAアクセラレーター第7期ビジネスコンテストファイナリスト

6月　:第22回九州ニュービジネス大賞　優秀賞および日本弁理士会九州会会長賞

8月　:FOODTECH global expansion Program採択

9月　:パソナグループNATUREVERSE ビジネスコンテスト2025最優秀賞

10月15日～17日　Startupworldcup2025　本選出場

11月:NIKKEI THE PITCH　ファイナリスト





塩分オフセットの課題

①塩分量を減らすわけではないので、栄養表示上の変化や減塩表示ができない

②減塩＝おいしくないというレッテル

ブランディングによる認知向上

一般社団法人 おいしく適塩推進協会を設立

共通の「塩分オフセット」マークを付与することで、減塩商品との差別化

塩分オフセット

新しいグローバル指標・規格の確立

現在の基準は食品への含有量。しかし重要なのは、体内吸収量である。
エビデンスを取得しながら、シンガポールを中心に規格の提言

販路拡大事例①

味千ラーメン（世界で700店舗以上展開）にて、
世界初の塩分オフセット麺リリース

麺にアルギン酸を練りこむことで、スープの味を
一切変えることなく、塩分をオフセットできる



全国のラーメン店やうどん店へ水平展開中

販路拡大事例②

グリーンハウス様のコントラクトフードサービスにおける調理ノウハウおよび顧客接点を融合させ、「塩分オフセット食」を社会実装を目指す

↓

ビジネスアクセラレーターかながわ（BAK）での共創成果発表

↓

給食サービスへの展開を検討



販路拡大事例③

オープンイノベーションプログラムへの積極的な参加

①大手製粉メーカーとの共創プログラム

②大手コンビニエンスストアとの共創プログラム

③大手調味料メーカー（海外支社）との共創プログラム

④オープンイノベーションサミット2026でのW受賞



販売戦略

BtoB：食品工場やレストランチェーンへの食品原料として販売

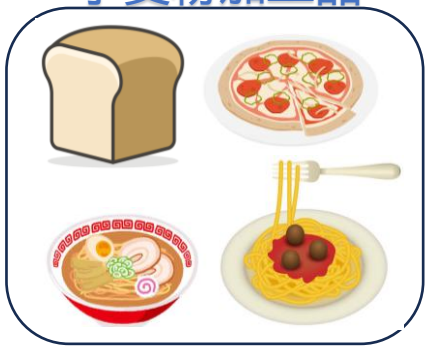




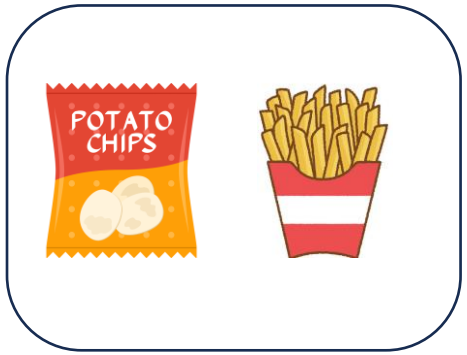
飲食チェーンや給食事業での認知拡大→一般食品への展開
→食のプラットフォーム化

メインターゲット

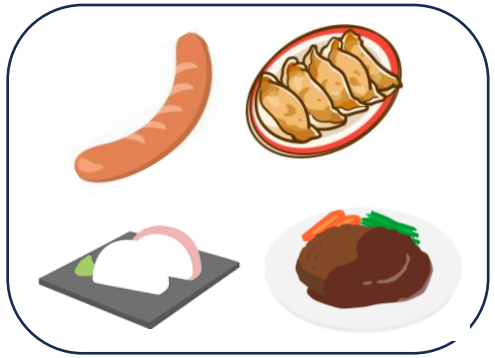
小麦粉加工品



スナックシーズニング



食肉加工品



市場規模

・パンの世界消費量	約4500億食/年
・麺(パスタ含む)の世界消費量	約3800億食/年
・スナック菓子の世界消費量	約2500億食/年
・食肉加工品の世界消費量	約5100万t/年

VISION:LONGEBITY企業として目指す姿

心血管疾患(CVD)
年間死者数
約1,790万人

WHO基準の2倍の
塩分を摂取

塩分の
過剰摂取

減塩に代わる
塩分オフセッ
ト技術

健康長寿の
実現

①心血管負荷の軽減による健康寿命の延伸
②脳血管疾患による介護負担の軽減
③フレイルの予防

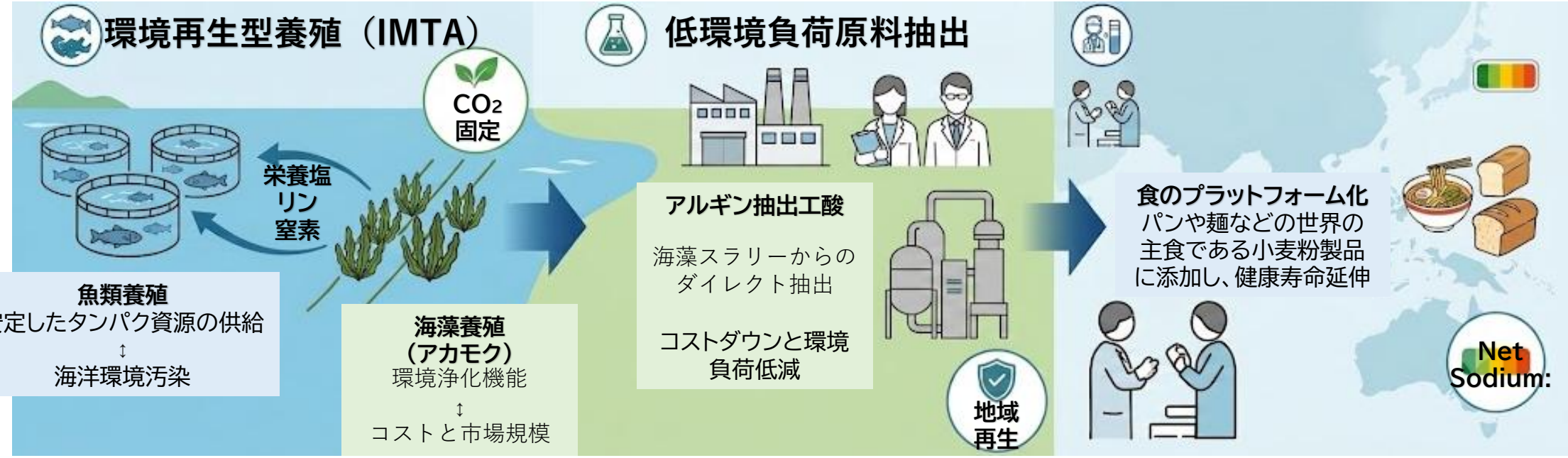
①Physical Well-being
健康でいられる安心を提供
心疾患・脳卒中のリスクを効果的に低減

②Mental Well-being
好きなものを食べる幸せ
おいしさを犠牲にしない健康管理を実現

③提供者のパラドックス
飲食チェーンやメーカーが抱える「美味しさ」と「健康」のジレンマを解消

ESG:ブルーエコノミーの確立

海	陸	世界
環境再生型養殖による海洋環境再生と原料供給	原料の抽出新工場によるコストダウンと雇用創出	食のプラットフォーム化と真のウェルビーイング



ブルカーボンクレジットによる新たな収入源
海の環境改善による漁獲量の安定
サステナブルブランディングによる高収入化

環境を再生するほど稼げる新地方モデル

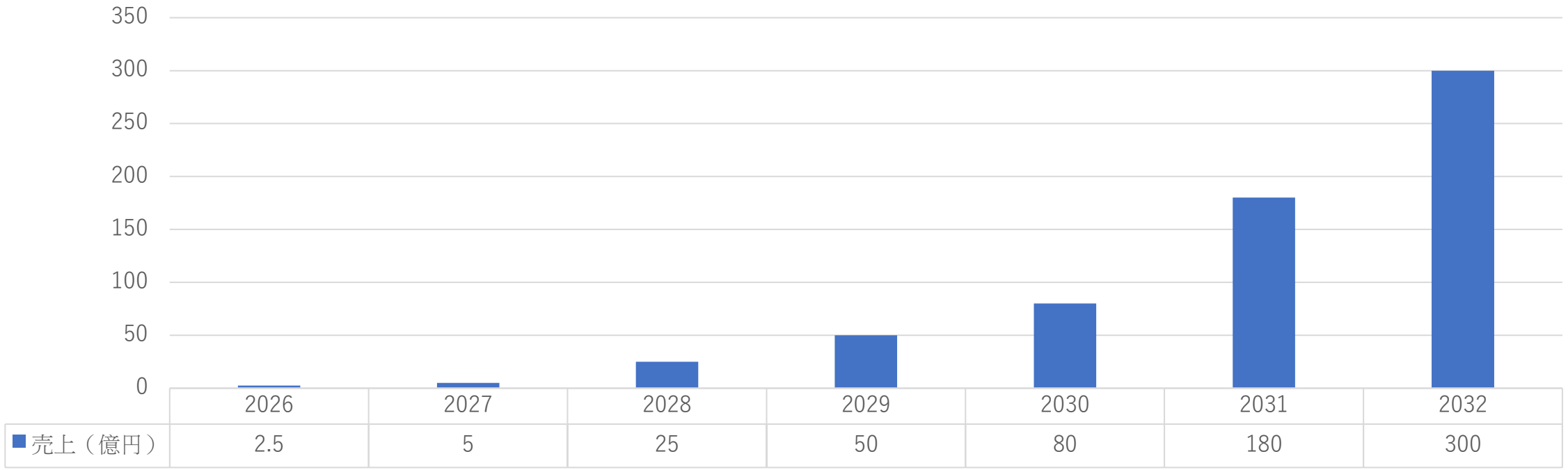
養殖地の近郊に環境負荷低減型のアルギン酸抽出工場を設立。
これにより、コストダウンをしながら、地域に新たな効用を生み出す。

アルギン酸だけでなく副産物として、フコイダンや機能性

継続的に摂取するパンや麺などの主食に添加することで、食生活を変えずに減塩目標を達成し、世界の健康寿命を延伸する。

東南アジアから規制ハックしながら、世界の食のプラットフォームになる

販売計画と主要イベント(単位:億円)



トラクション	・味千ラーメン採用 ・飲食チェーンへの展開	・製粉メーカとの連携 ・大手食品メーカーへの採用 ・商社と海外展開	・海外大手メーカー採用 IPO		・コストダウンによる食のインフラ化	
グローバルレギュレーション対応		・シンガポールJV設立 →Net Sodiumの提案	・東南アジアへの水平展開	・欧米での展開 →ニュートリスコアへの影響		
製造設備		・サプライチェーン対応型工場		・アルギン酸工場設立		
ESG	・海藻コンソーシアム設立 ・海藻養殖のトライアル	・海藻養殖技術の確立 →ブルカーボンクレジット				



Eat well ,Stay healthy.

What's Deats?











捨てられるはずの“おから” から、

“タカラ” が生まれた

「おから」と「こんにゃく」から生まれた
アップサイクルフード®『Deats（ディーツ）』

おから　＋　こんにゃく





ディーツ原体



メニューに合わせて物性・形態を自在に変えることで様々なメニューを実現

ディーツはこんにゃくをベースにおからを掛け合わせた、
食物繊維が豊富なヘルシー＆サステナブルな食品です。
豆腐や豆乳の副産物である「おから」をアップサイクルすることでディーツは作られます。

メニューに合わせて物性・形態を自在に変えられる
多用途性食品

※写真はイメージです

肉



カツ、ハンバーグ、餃子、ミートソース、唐揚げ、焼き鳥、角煮、肉まん、チャーシュー、生姜焼き、ジャーキー 等

魚介類



フィッシュカツ、白身フリッター、エビ、明太子、イカ、ウニ、タコ、刺身、カニ、ホタテ、アワビ、うなぎ 等

スイーツ



タルト、カスタード、ホイップクリーム、ゼリー、プリン、タピオカ、スムージー、クッキー、ロールケーキ 等

たまご



スクランブルエッグ、巻き芯 等

米飯



ごはん、炒飯、チキンライス、ドライカレー 等

ソース



マヨネーズ、ドレッシング、フルーツソース 等

独自技術「mHUG製法」により、食感・味・風味を自在にコントロールすることで
肉だけでなく、魚介類・スイーツ等の多様なメニューを高いクオリティで実現します。

ディーツの4つのポイント

Point 1
おいしい



Point 2
地球にやさしい



Point 3
ヘルシー

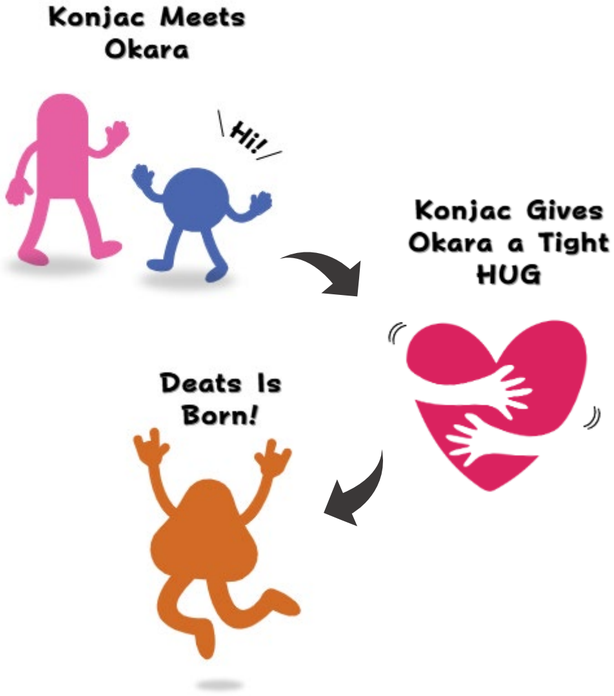


Point 4
食糧価格安定化



ディーツは「おいしさ」を犠牲にすることなく、
3つの社会課題「健康」「環境」「価格」の改善を実現します。
ヘルシーで美味しい食品を、いつでも・どこでも・誰でも手に入れられる世界の実現を目指しています。

Point 1：おいしい
独自技術「mHUG製法」により美味しさを実現



風味

原料由来の臭みを無臭化することで
マスキング不要で美味しさを実現

食感

メニューに合わせて自在にコントロールし理想の食感を実現

バリエーション

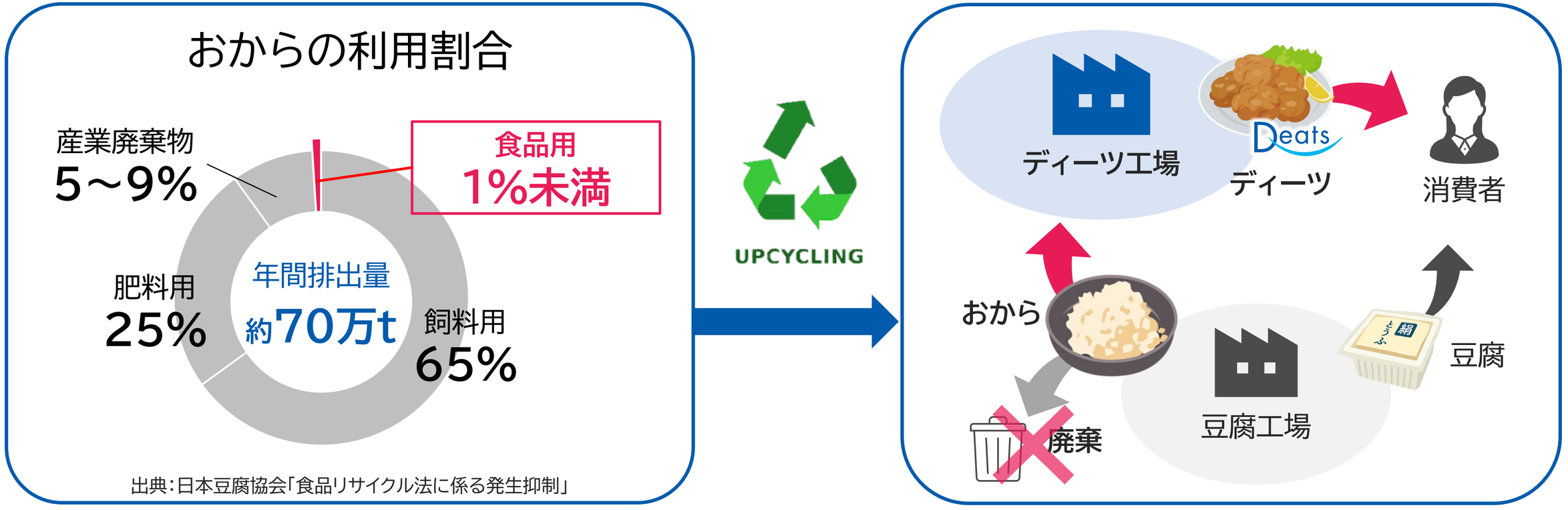
肉・魚介類・スイーツ等、多様なカテゴリーの食品を展開

味

大豆やこんにゃくの“臭い”がないため、繊細な味付けが可能

「mHUG製法」とは適切な温度・タイミング・配合でこんにゃく（グルコマンナン）と
おから等の有機繊維を結着させることでメニューに合わせたおいしさを生み出す独自技術です。

Point 2:地球にやさしい
食品副産物をアップサイクルし食品ロス削減に貢献



豆腐や豆乳の副産物である「おから」は、大半が肥料や飼料として処理され、
食用に供されるのは全体の1%未満です。
ディーツはこの「おから」を原材料の一部としてアップサイクルすることで、食品ロスの削減に貢献しています。

Point 2:地球にやさしい
ディーツが実現する「食」のサーキュラーエコノミー

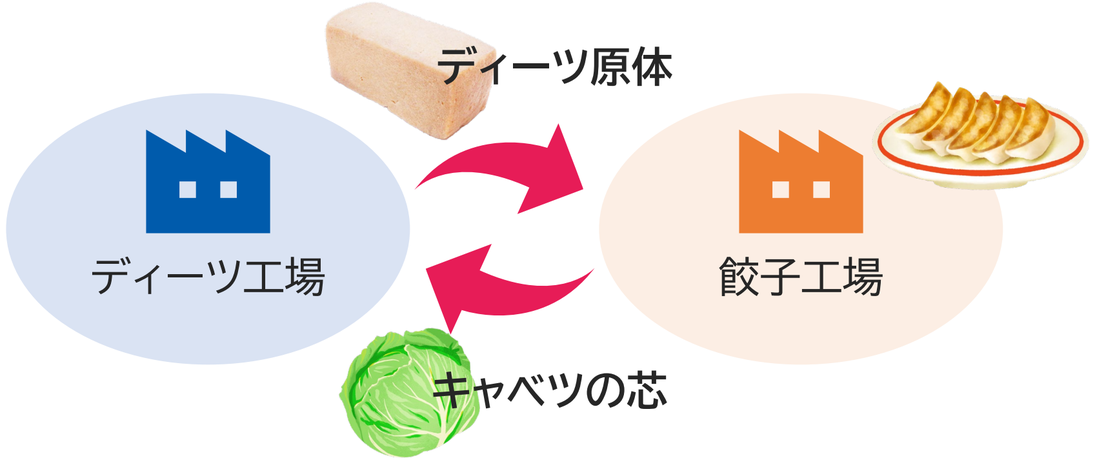
活用できる食品副産物の一例


玉ねぎの皮


キャベツの芯


トウモロコシの芯

ディーツで実現するサーキュラーエコノミーのイメージ



ディーツは、製造工程で出るキャベツの芯や野菜の端材などの食品副産物も活用できます。
食品副産物をアップサイクルするディーツの製造技術は、サーキュラーエコノミーの構築を可能にし、
食品ロスの大幅な削減に貢献するだけでなく、
持続可能な食のサプライチェーンを確立する新たなアプローチとなります。

Point 3：ヘルシー
食物繊維をプラスし、カロリー・脂質は控えめに

食物繊維

約**5倍**※
（レタス比）

カロリー

約**93%カット**※
（牛肉比）

脂質

約**97%カット**※
（牛肉比）

※100gあたり、ディーツ原体と比較した場合

「こんにゃく」と「おから」由来の食物繊維を豊富に含むので、
不足しがちな食物繊維をしっかり補います。
気になるカロリーや脂質のコントロールができ、我慢せずに毎日の食事を楽しむことができます。

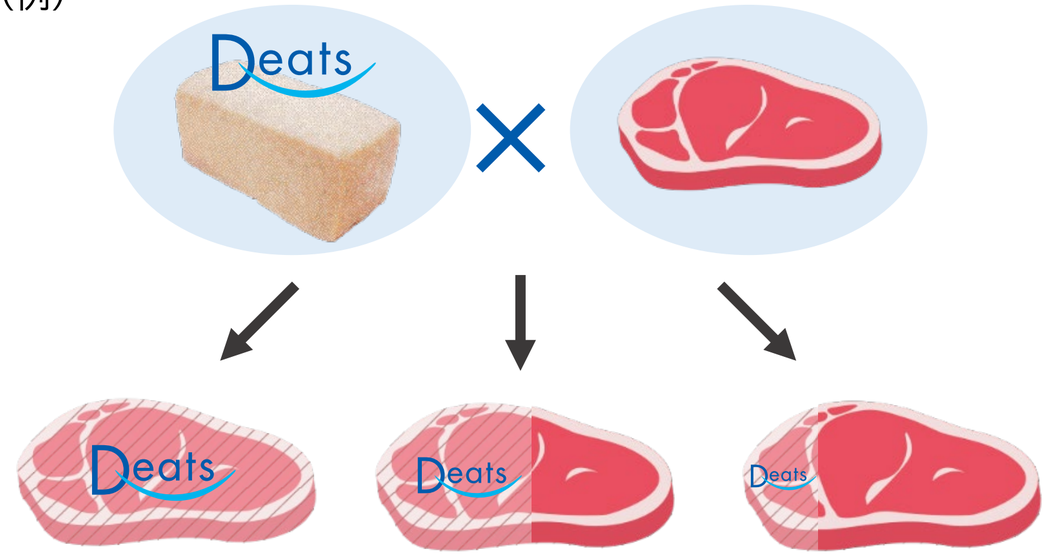
Point 4：食糧価格安定化
安定した価格でのサステナブルな食糧供給に貢献

日本国内の主要農産物として供給基盤が安定している「こんにゃく」と、豆腐の副産物である「おから」を活用することで、相場の影響を受けにくくなります。

ディーツを活用し、高騰している畜肉や魚介原料の一部またはすべてを置き換えることで、コストや供給リスクの抑制につながります。

動物性原料とのハイブリッド品の展開も可能

（例）



100% ディーツ（植物性）　50% ディーツ配合　20% ディーツ配合

ディーツ×動物性原料(ハイブリッド)
食材の美味しさはそのままに原材料価格を抑制

ハイブリッド商品の展開事例


餃子


鮭フレーク


明太子おにぎり


牛しぐれ煮


白身魚フライ


ちくわ天

※写真はイメージです

メリット

- 美味しさを損なうことなく、主原料のコストダウンが可能
- 原材料の気になる臭いをディーツで抑える
- 付加価値として①低カロリー ②食物繊維 ③サステナブルな食品コンセプトを打ち出すことができる

ディーツの普及により社会・企業・消費者の課題解決の一助となることを目指す

社会の課題

- 環境保護（CO2削減）
- 食品ロス対策
- 食糧危機
- SDGs対策
- 海洋資源の減少
- エネルギー資源の枯渇

企業の課題

- 資源不足による価格高騰
- 食品ロス対策
- 環境配慮
- 消費者ニーズの多様化
- インバウンド対策
- ブランド価値向上

消費者の課題

- ヘルスケア
- 食品アレルギー
- 思想・宗教
- 物価高騰
- 栄養バランスの偏り
- 病気等による食の制限

展開事例①
機内食やラウンジでの採用

2022年3月より、日本発の国際線ビジネス・ファーストクラスの軽食メニューとして提供がスタート。
国際線ラウンジでは「ヘルシーかつバーガー」や、「ベジタリアンボールの中華風甘酢あん」など様々なメニューに採用いただいています。


ヘルシーかつ丼


ヘルシーかつバーガー


ベジタリアンボールの
中華風甘酢あん

★採用のポイント

サステナブル／ヘルシー／インバウンド対応

展開事例②
大阪・関西万博『QBBこれもいいキッチン』に採用

六甲バター社が大阪・関西万博のミライの食と文化ゾーンに出店する「QBBこれもいいキッチン」で提供する様々なメニューに採用されました。フードメニューはミシュラン三ツ星「祇園さゝ木」の佐々木オーナーシェフが監修されています。



串カツ



チリフライドチキン＆ポテト



スパイシーカツサンド



蒲焼とろろ丼

※掲載しているのは採用いただいたメニューの一部です

★採用のポイント

プラントベース／おいしさ／インバウンド対応

展開事例③
愛知県日進市学校給食でアップサイクルフード®として提供

愛知県日進市の学校給食にてディーツカツを使用した「SDGsソースカツ」、ディーツ明太タイプを使用した「明太子風米粉スパゲッティサラダ」が提供されました。
日進市では子供たちの食育に力を入れており、SDGsをテーマにした食材を実際に喫食する事で、子供たちが体験しながら考えるきっかけづくりにもつながっています。





★採用のポイント

子供の食育／アップサイクルフード®

展開事例④
品川女子学院で「未来の食」を学ぶ授業を実施

「Deats」を題材に、未来の食を取り巻く社会課題や、新しい食品技術の可能性について学ぶ授業を展開しています。



★取り組みのポイント

次世代への食育／フードテック教育
環境・食料問題への理解促進

授業で取り上げた4つのテーマ

① タンパク質クライシス
将来の食料・タンパク質不足の問題

② 地球温暖化
食料生産と環境負荷の関係

③ アップサイクルフード
未利用の食品資源に新たな価値を生み出す仕組み

④ 植物性食品とは？
プラントベース食品という新しい食の選択肢

展開事例⑤
デリカ惣菜にて健康メニューとして提供

食物繊維が豊富でカロリー・脂質控えめというディーツの特徴を生かし、スーパーマーケットのデリカ惣菜の健康メニューとしてディーツの採用が進んでいます。また、管理栄養士監修やPFCバランス等、すでに健康のイメージがある訴求にディーツの付加価値を加えることで消費者への健康訴求をさらに強化して販売をしている事例もあります。



ディーツ米入り炒飯＆
ディーツを使った黒酢酢豚風



彩り野菜の黒酢あんと
ササミ明太マヨ弁当



ディーツカツ弁当



からだにやさしい焼き鳥風丼

★採用のポイント

食物繊維／カロリー・脂質カット

展開事例⑥
大手スーパーPB品の冷凍ギョーザにディーツを配合

大手スーパーにてすでに販売をしていたプライベートブランドの餃子の餡にディーツを配合し商品リニューアルが行われました。
肉の一部をディーツに置き換えることで原料価格を抑え、大豆たん白をディーツに置き換えることで原料由来の臭みを軽減でき、美味しさがより一層向上しました。





※写真はイメージです

★採用のポイント

品質アップ／サステナブル

食の未来を支えるアップサイクルフード®



～「Meat, Fish or Deats ？」肉・魚に次ぐ第3の選択肢 ～



ディーツフードプランニング株式会社

gooods
グッズ

フードテック官民協議会

ブランドがはばたくAll-in-one 卸売プラットフォーム

© 2025 goooods株式会社

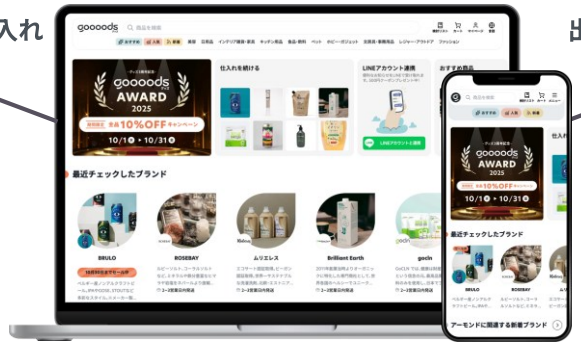
新しい取引先がどんどん「みつかる」仕組み

gooooods グッズ

バイヤー

- 参加費用０円
- 後払いOK
- 多様なブランド仕入れ

仕入れ



出展

ブランド

- 初期・固定費用０円
- 買取条件で販売
- 取引発生時のみ手数料

売れる商材をリスクなく
簡単に仕入れ

スタッフを増員せずに
卸先を獲得・管理・育成

集客・販促支援

審査済み事業者のみ利用

与信・請求を代行

書類発行・経理DX

© 2026 gooooods株式会社

グッズのバイヤー属性と売れ筋の商品

店舗
71%

オンラインショップ
29%

バイヤーの分布

小売
35.5%

エステ・サロン・スパ
28.1%

飲食・フードサービス
21.9%

その他
9.0%

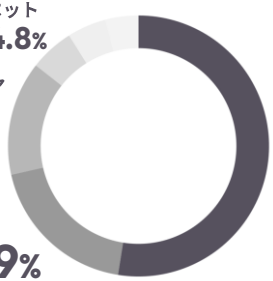
宿泊・レジャー
2.4%



全国
三大都市圏以外
70.2%

三大都市圏
東京・大阪・名古屋
29.8%

売れ筋カテゴリ



ペット
4.8%

日用品/インテリア
雑貨・家具
14.1%

美容
18.9%

食品・飲料
52.3%

© 2026 goooods株式会社

※2026年3月時点

情熱を持つ作り手と厳選された高品質な商品があつまる場所

ユニークで高品質なブランド

3,800+※

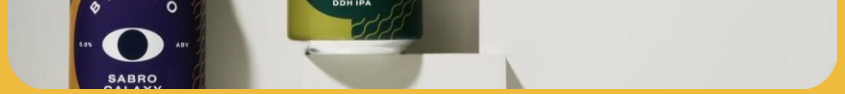


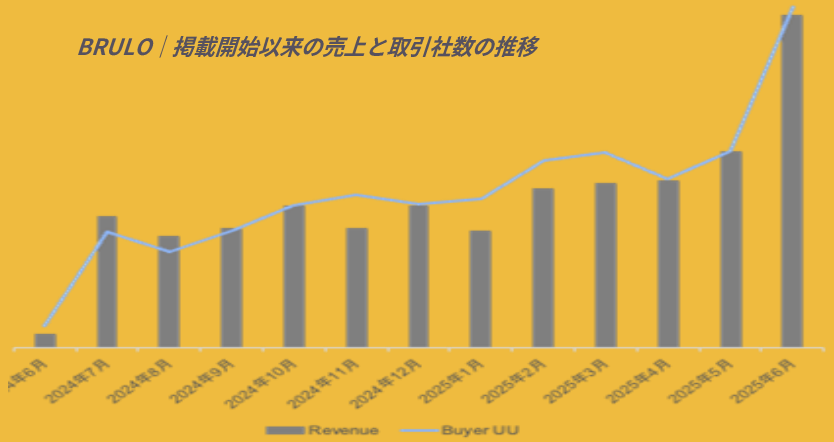
※2026年3月時点

© 2026 goooods株式会社

グッズで急成長するフードテック企業は
真正性が高い商品づくりとブランド構築に力点









BRULO *key results*

独自のポジショニング

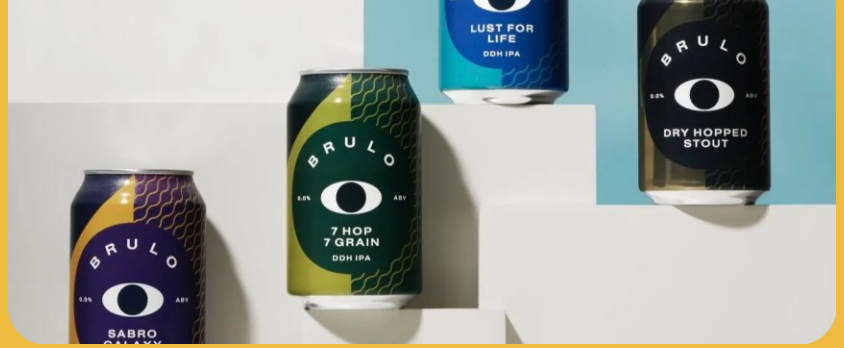
唯一無二の本格的な味わいのノンアルコールクラフトビール

研ぎ澄まされたブランド運営

グッズを卸戦略の中心プラットフォームとして採用し、少人数で運営しながら取引先を急拡大

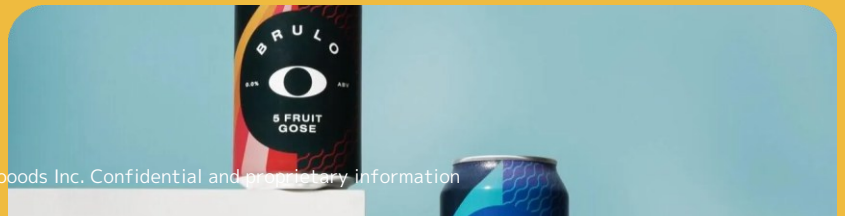
12ヶ月で431社獲得・売上24倍

小売店・飲食店・酒屋を中心に拡大









BRULO *how the brand sored?*

ソーシャルプレゼンスを卸へ転換

グッズ INVITEプログラムの特典をグロースハックに活用し、**初回仕入れがお得になる**訴求

インスタでのB2Cプロモーションの受け皿としてインスタ/自社EC**に卸専用ページ**（*グッズへ出品時に自動生成）を設置、波及効果を獲得

goooods Inc. Confidential and proprietary information

インスタのプロモーションと取引先招待特典を組み合わせてグロース

招待経由の取引は手数料がかからないだけでなく、取引先にも割引クーポンや送料無料のメリットがあります。

インスタで受動的に取引先獲得



自己負担なしで3つの特典を自動発行

- 取引手数料無料
- 5000円クーポン
- 初回送料無料※

※招待元企業との取引に限り上限月額1万円まで

対象：グッズに招待した全ての取引先

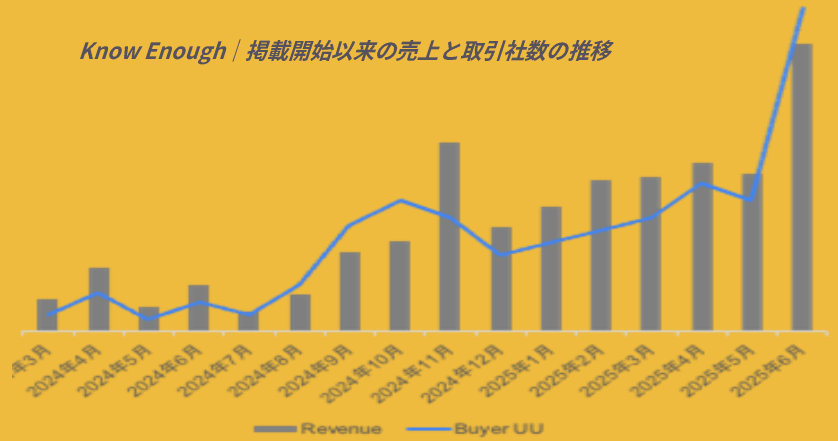
新規獲得したバイヤーの定着も自動化

一定期間の離脱したバイヤーへの復帰クーポンは高いROIを再現・数ヶ月に1度実施

リピートクーポン過去実績	
実施セラー数	170社
クーポン金額	3,000円
クーポン利用下限金額設定	4,500円
投資対効果の実績（クーポン発行金額に対しての売上金額）	863%

- リピート転換と離脱バイヤーの休眠復帰クーポンを発行
- 過去**平均863%のROAS** (売上対クーポン比率/return on advertising spend) **の実績**







Know Enough *key results*

北海道美唄を拠点にブランド展開

グッズを卸戦略の中心に置き実質ひとりでオペレーション構築し開発・生産・ブランド構築にフォーカスし、これまで不可能だった地方からリモートで全国卸販路の拡大を実現

大満足のヴィーガンスウィーツ

北海道食材でアニマルフリー・グルテンフリーのプロダクトを開発

平均月次成長率14.5% 256社取引先獲得

2024年3月の開始以来、16ヶ月の月次平均売上成長率は14.5%









Know Enough

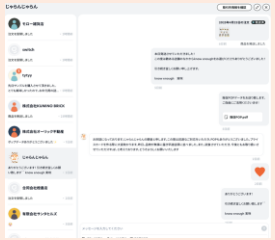
サンプルで試食機会を最大化



1回のみ購入可能なサンプル機能を活用し
有償・アソートサンプルを販売

初回注文のハードルを下げ、
美味しさを感じる体験数を最大化

CRMを徹底活用しバイヤー育成・ファン化



初回注文獲得後は**メッセージ機能でパーソナライズした接客**を徹底

販促POPを共有するなど、仕入れ後の販売支援を強化しバイヤーが店舗で売れる状態まで育成しリピート化

たったひとりで、数百のバイヤーを管理・育成できる卸特化CRM

従来の卸営業では不可能だったデータドリブンな販促活動とLTV上昇を実現

1. リーチ



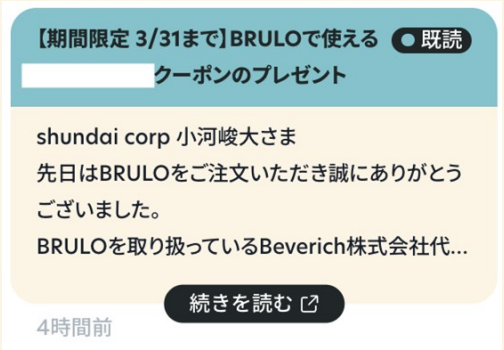
顧客基盤・バイヤーデータベースから
特定の条件のホットリードを抽出しリーチ
（*現在は既存取引先から抽出）

2. エンゲージ



双方向で履歴が確認できる
チャットUIで取引先を育成

3. クロージング



特定の顧客に対して
クーポン発行や特別見積でクロージング
（*現在一部ブランド様を対象に機能解放）

営業活動を支援するAI搭載で返信率・購入率UP

n1 でバイヤーを理解



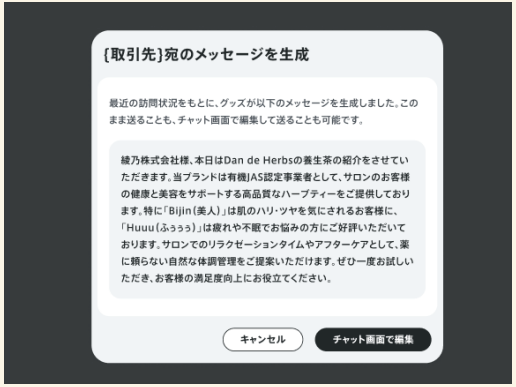
バイヤープロフィールと注文/行動履歴を理解

ブランド・商品特性と適合



ブランドの商品カタログ・ストーリーを理解

n1 でパーソナライズ・承認



完全に個別化されたアプローチ案を提示

グッズ利用開始から1年で、月次売り上げが初月の20倍の200万円に

生活の木

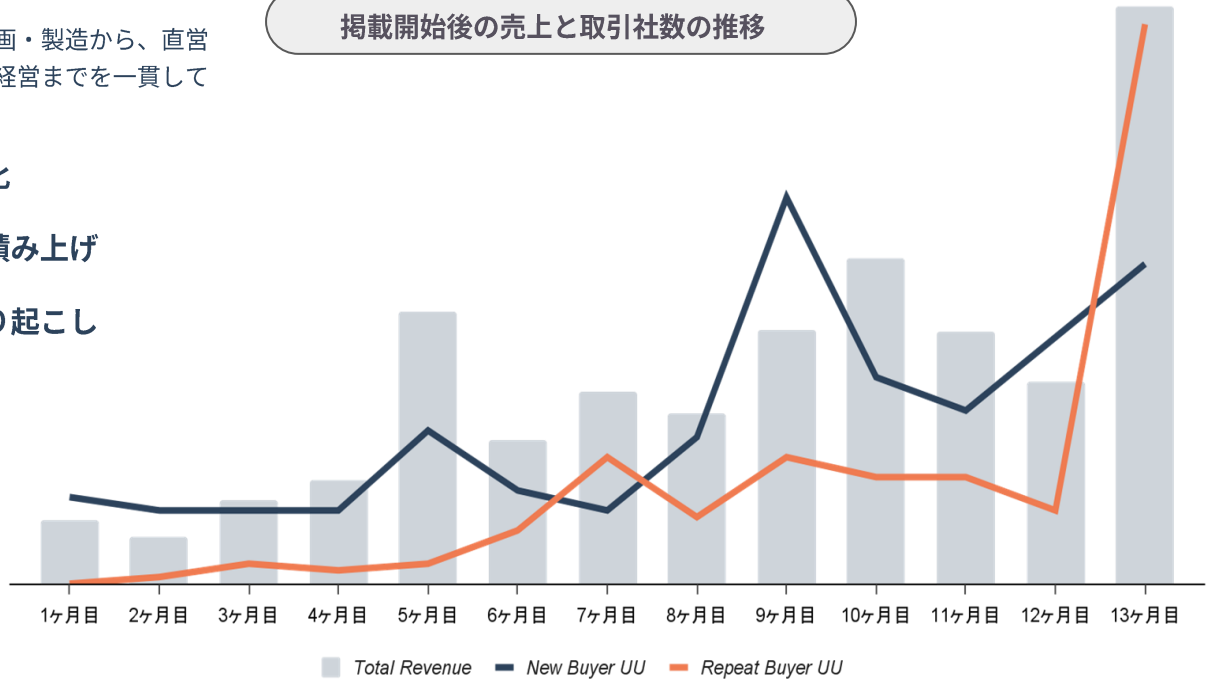
株式会社生活の木 様

ハーブやアロマテラピー製品の企画・製造から、直営店での販売、カルチャースクール経営までを一貫して行うライフスタイルカンパニー

- チャットで新規顧客をリピーター化
- インバイトの活用による新規注文積み上げ
- クーポン機能による休眠顧客の掘り起こし



掲載開始後の売上と取引社数の推移



©2026 goooods株式会社

株式会社 生活の木 様

インサイドセールスの変化

BEFORE

Google Mapsから手動で顧客リストを作成。担当マネージャーが月7〜8営業日を消費。

→

AFTER

AIが月700件のリストを自動生成。トップ営業のメール文面を学習し1社ずつ書き分け。
担当者の工数はほぼゼロに。

商談設定コスト削減	月間アプローチ数	商談設定率	リスト作成工数
75%	700件	2倍	数分



生活の木
仲西 様

特に地方など知見のない地域の開拓には多大な時間がかかり、リスト作成だけで約7営業日を要していました。
今はAIが自動でリストを作ってくれるので、私たちは商談の準備とクロージングに集中できています。

グッズが新規ハウスリスト作成し、生活の木さまが新規商談

全国のヨガ・ピラティススタジオ8,000店舗へ新規アプローチ

新規商談設定単価が約**1/4**
さらにグッズ**INVITE**のクーポン提示で成約率も引き上げ




















Earth to You



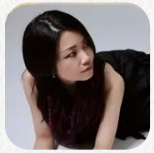














Everyone, entrepreneur.

フードテック企業の
販路拡大・業務改善ならお任せください。

gooods
グッズ

greenase

未利用野菜を生まれ変わらせる

株式会社グリーンエース

本　社　　：〒999-6835 山形県酒田市蔵小路３番地
オフィス　　：〒183-0054 東京都府中市幸町3-5-8
生産拠点　　：〒252-1108 神奈川県綾瀬市深谷上8-25-10

H　P：https://greenase.jp
E　C：https://vegemin.jp
連　絡　先　　：info@greenase.jp

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

農業と食品業界で課題になっている未利用野菜

農業では、規格外野菜や価格調整のために捨てられてしまう野菜が１７１万トン存在する。

Ref: 農林水産省 令和４年産指定野菜（秋冬野菜等）及び 指定野菜に 準ずる野菜の作付面積、収穫量及び出荷量

食品製造業と食品卸業では、食品の未利用部位などが１３８万トンが廃棄されている。

Ref:農林水産省 令和5年11月時点版食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢

農 業

200万トン













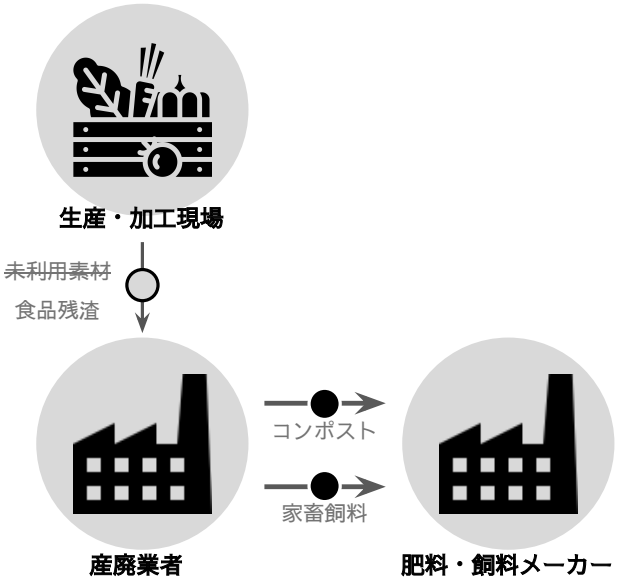
食 品

150万トン

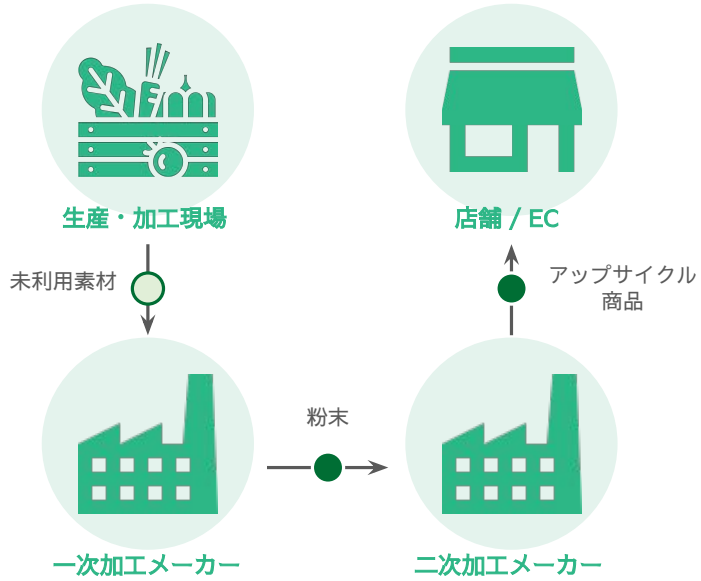
Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

未利用素材をリサイクル　から アップサイクルへ

RECYCLE



UPCYCLE



未利用素材を食品へと生まれ変わらせ、アップサイクルを新しい当たり前に

生産者、企業、生活者が一体となる食のサプライチェーンを構築し、全てのプレイヤーに新たな価値を提供する。

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

未利用素材の活用には、加工・開発・流通の3つの課題が存在

従来と異なるサプライチェーンで商品をつくるため、アップサイクル専用のスキームが必要

- 未利用素材調査
- アップサイクル商品企画
- 原料加工
- 商品試作
- 商品化・販売

アップサイクル商品製造の課題

原料加工

これまで捨ててしまっていた未利用原料は、すぐに傷んでしまい、
そのままでは食品へと加工することも難しい
→ 原料の１次加工が必要



商品開発

未利用素材をベースにして、自社で商品開発を行なった
経験が少なく、なかなかイメージする商品ができない。
→ 未利用素材を用いた商品開発の機能が必要



流通管理

アップサイクル原料の調達から、複数回の加工、商品の納品までの
長いサプライチェーンを管理することが困難
→ 物流と商流の管理を行うプレイヤーが必要



課題を解決してアップサイクルを実現する独自のサービスを開発

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.


野菜の栄養をムダにしない
upvege
FROM OVERLOOKED TO ESSENTIAL.
VEGETABLES REBORN AS POWDERS—
FLAVOR, FRAGRANCE, AND PURPOSE.

未利用素材の調達から、商品化までを一貫して担う　“upvege”

工場の未利用食品をグリーンエースが購入し、
独自技術で粉末状に加工
提携メーカーでアップサイクル商品へと加工して
顧客となる企業へ納品することで
店舗にてお客様へ販売



原料の収集・調達

生産現場や加工現場から、未利用素材を確実に収集する仕組みを確立。規格外野菜や使用されない部位を有効活用。

✓未利用素材の安定確保

革新的な粉末化技術

独自の乾燥粉末化技術で、食品本来の色や香り、栄養成分を保持したまま、保存性や加工性を向上させた製品に変換。

✓ 食品の価値を損なわない技術

野菜をいかした開発

立案したコンセプトをもとに、食品メーカーと連携して商品を開発。未利用素材の彩り、風味、栄養などを活用した商品へ。

✓ 多様な商品開発と共創

安定した流通

粉末の特性を用いた物流制御によって、安定して商品を流通。複数商品への展開でさらにアップサイクルを推進。

✓ アップサイクルの実現

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

熱と風の力を組み合わせて農産物を高速で乾燥･粉砕

野菜粉末化技術

気流式粉砕技術に加熱空気と過熱水蒸気を組み合わせることで
農産物を短時間・低温で殺菌乾燥粉砕

野菜の色や香り, 栄養成分を保持したまま野菜を
長期保存可能で、２次加工しやすい粉末に加工

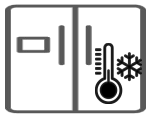


凍結乾燥 /フリーズドライ

殺菌 → 乾燥 → 粉砕

農産物を長時間・減圧して乾燥し粉砕
乾燥工程：3 - 4日

○ 色や香り、栄養を保持
× エネルギーコストが高価



高品質・高価な乾燥

熱風乾燥 /エアードライ

殺菌 → 乾燥 → 粉砕

農産物を長時間・高温で乾燥し粉砕
乾燥工程：12 – 24時間

○ エネルギーコストが安価
× 色や香り、栄養が損なわれる



低品質・安価に乾燥

双熱気流粉砕 / デュアルヒートドライ

殺菌 → 予備乾燥 → 乾燥 殺菌 粉砕

２種類の熱気流で農産物を短時間・低温で乾燥し粉砕
乾燥工程にかかる時間：1 – 12時間

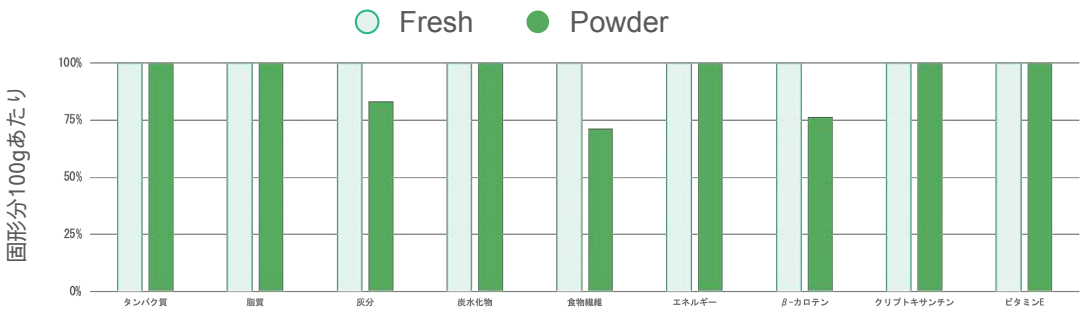
○ 色や香り、栄養を保持
○ 凍結乾燥よりも安価



安価で高品質に乾燥・粉砕

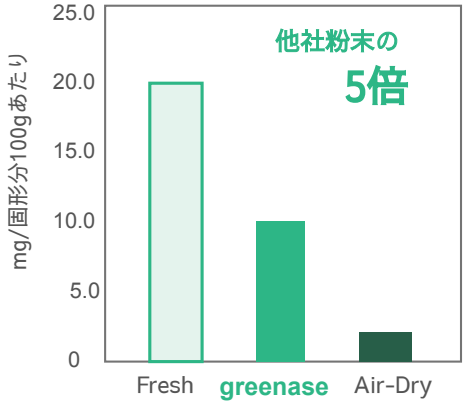
Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

革新的な粉末化技術：あらゆる栄養素を生原料に近い形で粉末化

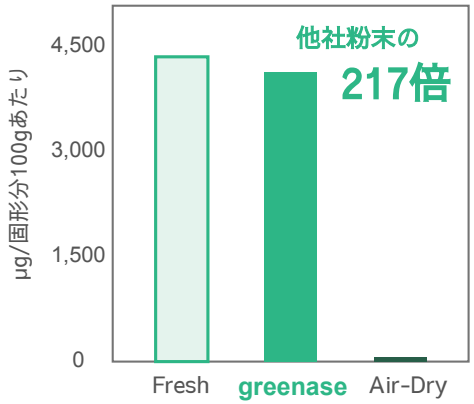




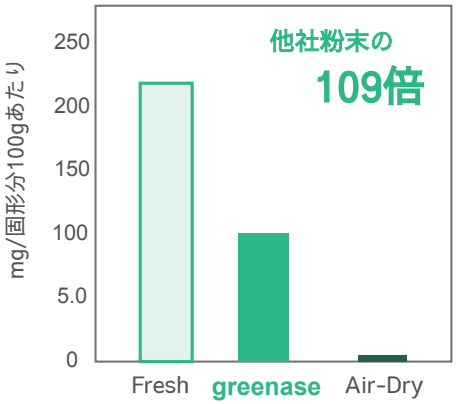
かぼちゃ ビタミンE



ほうれん草 ビタミンA



とまと ビタミンC



Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

商品開発：粉末加工によって、あらゆるカタチに生まれ変わらせることが可能

野菜をいかした開発

商品の企画から、試作、製造までを提携メーカーと連携して実施することで、クオリティを向上

商品企画

未利用素材の情報をもとに、どの野菜を活用して、どんなコンセプトの商品にするのかを自社で企画

✓素材の価値を生かした企画

食品メーカー探索

野菜粉末を配合した商品を製造できるメーカーの中でも、小ロット – 中程度のロットで対応可能なメーカーを探索

✓多様なメーカーとの連携体制

製品試作

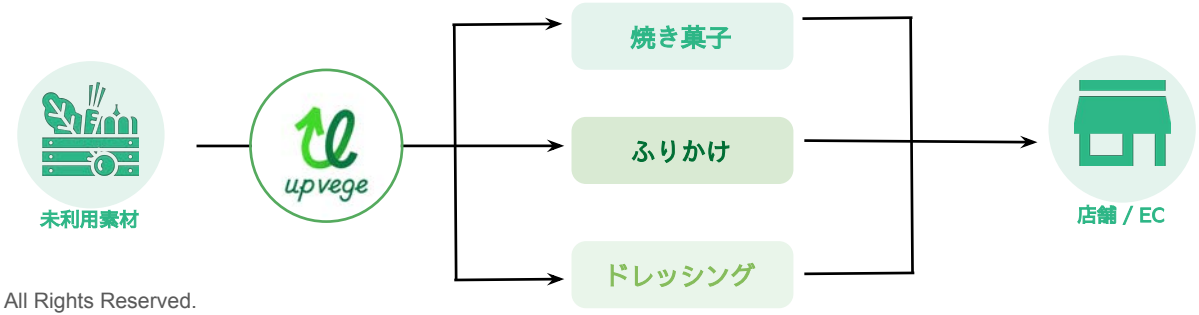
コンセプトをメーカーに共有し、商品の試作を実施。粉末の種類や量、味の方向性の調整を行うことで、商品化可能なレベルへ

✓ 試作のブラッシュアップ

デザイン

商品の魅力をお客様に伝えられるようなパッケージをデザイン。アップサイクルを明示するUPVEGE ブランドで訴求

✓ Upcycle を伝えるデザイン



Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.


upvege
たまねぎとレタスとにんじんの彩りが楽しめる
3色うどん
野菜の栄養をムダにしない


upvege
トマトと長ねぎとたまねぎの彩りが楽しめる
3色パスタ
野菜の栄養をムダにしない


upvege
キャベツとたまねぎとだいこんと鰹節の出汁が香る
ふりかけ
野菜の栄養をムダにしない


upvege
キャベツとたまねぎとだいこんと鰹節の出汁が香る
ふりかけ
野菜の栄養をムダにしない


ほうれん草の栄養まるごと
パニーニ
あんバター
upvege


完熟トマトの自然な甘さが自慢
パニーニ
スパイシーカレー
upvege


かぼちゃの甘さと旨みの
パニーニ
ツナマヨ
upvege


upvege
にんじんとさつま芋のしっとりほろ甘
パンケーキミックス
野菜の栄養をムダにしない


upvege
たまねぎと香ばし醤油
ドレッシング


ほうれん草50%相当使用
ほうれん草の自然由来の栄養がとれる
ビスケットバー


にんじん50%相当使用
にんじんの自然由来の栄養がとれる
ビスケットバー


かぼちゃ50%相当使用
かぼちゃの自然由来の栄養がとれる
ビスケットバー

upvege 共創事例

オイシックス様

未利用野菜をアップサイクルし、パンや菓子へ





ライフコーポレーション様

自社PCの未利用素材を焼き菓子へ





ローソン様・シルビア様

未利用野菜をアップサイクルし菓子へ



イオン東北様

地域の未利用野菜をベーカリー商品へ



富士シティオ様

惣菜メーカーの未利用野菜をドレッシングへ





群馬県前橋市

地域の未利用野菜を学校給食へ



Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.



AEON 農場

upvege

NORINCHUKIN
農林中央金庫

未利用野菜をアップサイクル

イオンアグリ創造とupvege、農林中央金庫 連携のもと、
イオンアグリ創造の未利用野菜を upvegeへ提供。
未利用野菜を活用したアップサイクル商品を
イオン・イオンスタイルの一部店舗で販売。

販路拡大にむけた取り組み（展開商品）

「ｕｐｖｅｇｅ」の商品として、イオンアグリ創造の未利用野菜を活用した、
毎日の食事に取り入れやすい野菜が気軽に摂れる商品をラインナップ



ドレッシング



ふりかけ



ビスケットバー

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

販路拡大にむけた取り組み（イベント出展）



イオンが主催する「えらぼう。未来につながる今を」フェアの特別催事展開に参加
（１０月１６日（金）～１８日（日））

イオンスタイル津田沼North店・
イオンスタイルナゴヤドーム前店にて
商品説明や試食提供を実施。

３日間で 1,000名以上に商品を知ってもらうことにも成功。

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

販路拡大にむけた取り組み（他社との連携）

イオンアグリ創造
株式会社

株式会社グリーンエース

イオン・イオンスタイルの
一部店舗

規格外等の未利用野菜を供給



農場で発生する規格外野菜等の
未利用野菜を新たな商品の原料に

アップサイクル商品へ



独自技術で野菜を粉末化
「upvege」の商品へ

店頭で販売



身近な売場を通じて、
アップサイクル商品を生活者へ

オープンイノベーション推進

農林中央金庫
NORINCHUKIN

事業成長に向けた
ネットワーク・知見・資金の総合支援

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.

upvege によって 実現できる新たなエコシステム



アップサイクルの実現によって、新たな食のサプライチェーンを創造します。

Copyright © 2026 greenase Inc. All Rights Reserved.