

第22回『ベンチャー・カップCHIBA』【ビジネスプラン部門】
応募申込書

応募要領を遵守し、以下のとおり、申し込みいたします。

1 応募者概要

記載日 2023年 8月 17日

(フリガナ)	マスイチヤ ゴウドウガイシャ	(フリガナ)	ダイヒヨウシャイン ヨシダジュンコ
会社名・ 学校名等※	増一屋合同会社	応募者氏名 ※法人(グループ)の場合 は代表者役職・氏名	代表社員 吉田淳子 <small>(印)</small>
応募者区分：(いずれかに○) 個人 • 法人 • グループ			応募者年齢： 53歳
法人所在地※： 〒260-0015 千葉県千葉市中央区中央2丁目5-1 中央ツインビル2号館7F			
電話番号：	FAX : 043-331-6257		
E-mail	:	URL : https://www.masuichiya.com/	
資本金※：	2,000千円	従業員数※：	8人 (うちパート： 7人)
創業（予定）※：	年 月	法人設立：	2021年 9月
現在の事業内容※（概ね60字） 食品の製造・販売。 メニュー開発・衛生のコンサル。 イベントの企画・運営。			

※会社名・学校名等、法人所在地、資本金、従業員数、創業年月、法人設立年月、現在の事業内容は該当者のみ記載してください。

※内容の記載は、必要事項を埋めるだけでなく、具体的かつ簡潔に記述し、必要により図表等を交え、ポイントを解りやすく記載してください。

2 ビジネスプランについて

(1) ビジネスプラン名（おおむね 40 時）

千葉市から始める、美味しいくて、健康に良くて、環境に優しい大豆ミートで地域活性化

(2) ビジネスプランの概要

*実現しようとする製品、サービス等の内容（概ね 500 字）

「誰に対して」、「どのようなサービス・製品を」、「どのように」提供するのかを明確に記載してください。

- 千葉市産の大豆で代替肉を製造し、大豆ミート惣菜メニューを製造販売。

「美味しいくて、健康に良くて、環境にやさしい」大豆ミート惣菜の製造販売・

- 「千葉市の大豆で生産者さんと共に、観光農業 10 次化を目指します！」大豆生産者(株)つなぐファーム(千葉市緑区)と一緒に SDGs 体験イベント＆マルシェの実施。

「食べて学ぼう SDGs」ソーラーパネルで育てた大豆の収穫体験をしながら環境問題と大豆ミートの関係性を学び、大豆ミート料理を食べる。マルシェで野菜の販売、規格外野菜を使った料理の提供。大豆で味噌づくりのワークショップを行う。

下記の様な消費者向け

- ・ダイエットをしたいけど美味しい食事はあきらめたくない。
- ・筋トレ運動を趣味にしていて常に健康維持管理をした食生活を送りたい。
- ・子どもには美味しいくて安全な食事を与えたい。
- ・菜食主義者だけど野菜だけではたんぱく質不足になる。
- ・お肉は好きだけれども健康維持の為に動物性食材を減らしたい。
- ・地球環境の維持・改善に熱心で、畜産による食材を減らしたい。
- ・SDGs や環境問題について興味がある、学びたい。
- ・農業に興味があり収穫体験をしてみたい。
- ・オーガニック、無農薬の野菜を食べたい。

と思っている皆様に、お肉のように美味しい植物由来で体に優しい大豆ミートの惣菜を提供します。更に農業体験をすることで SDGs の理解を深めることができ地元の安全な野菜を購入することができます。

*この事業が必要とされる社会的背景

この事業を取り巻く環境（社会、経済、顧客ニーズ等）やこの事業で解決される社会的課題又は地域課題をどのように捉え、どのように対応していくのか」という観点から記載してください。

- 環境問題への関心などが背景として、代替肉製品は注目を集めています。また、近年植物ベース食品への関心や健康意識の高まりもあり、植物性のたんぱく源として栄養が高い大豆ミートは肉のような食感や味を提供することができるため、ベジタリアンやヴィーガンの方だけではなく一般の消費者にも人気があります。

- 中学校で SDGs 授業が取り入れられるようになり、教材を求める学校からの問い合わせがあります。（実際に茨城・千葉の中学校に訪問し講義と試食を実施）

- 自然派・生産者がみえる食品を求める消費者が増え、マルシェのワクワク感を楽しむ人が増えた。

(3) 事業の優位性（製品・技術・サービス等）

- ・独特の大豆臭を取り除くことが出来るのでより肉感に近づいた大豆ミート惣菜を提供できる。

弊社の大豆ミートは大豆臭がしない点が特徴です、さらに美味しさを追求する料理人がメニュー開発をしているので食べ方・味付けは代替肉とは思えないクオリティです。大豆臭を取り除く加工技術はあえて特許取得はいたしません。その理由としては加工工程を公開したくないからです。特許を申請後、一定期間が経過すると内容が公開されてしまうのでることができます。そして特許が切れた後には同じものを真似し放題になります。弊社が特許を取得しないのはそのような事態を避けたいからです。

他社の大豆ミート惣菜は大豆臭を感じさせない為に濃い味付けのものが多いが、弊社は大豆臭を除いたのでどのようなメニューでも味付けでも可能。

- ・美味しいと満足感が味わえる代替肉メニューを作ることができる。

料理に合わせた大豆ミートを使うことで多彩なメニューづくりができる。

※2022-2023 にっぽんの宝物にて二冠獲得（圏央道大会：準グランプリ受賞、JAPAN 大会：特別賞受賞）、クオリティの高さを評価いただきました 別紙②

- ・千葉市緑区の(株)つなぐファームの協力によって、中間マージンを削減して低コストを実現できる。

・千葉市緑区の(株)つなぐファームの協力によって、原材料生産から一貫した品質管理を行うと同時に、マルシェを開催することによって体験型の SDGs ・食育プログラム、地元野菜や千葉市の食材を使った料理の販売を行い、観光化を目指せる。

(4) 市場の状況

*ターゲットとする市場とその規模

大豆ミートの国内市場は 2022 年 25 億円から 2025 年には 40 億円に増加すると予想される。(日本能率協会総合研究所調べ(2021.7)別紙③)

その理由としては下記があげられています。

- ・環境問題
- ・健康志向
- ・人口増加により畜肉供給が困難
- ・物価高により畜人の価格高騰

*価格設定方針とその競争力

現在販売されている大豆ミート惣菜は通常の畜肉を使用している惣菜と比べると約 2 倍の価格になるが、弊社では約 1.5 倍程度に抑えられる。この価格帯であれば健康意識の高い方でも手が届く範囲であると思われる。しかも、他社の大豆の原料は海外産で遺伝子組み換え作物を使用しているものが多い。千葉市の生産者つなぐファームとの取り組みによって、千葉市産大豆・千葉市内製造ができるので安心安全と美味しさを提供でき健康と環境にやさしい付加価値が加わり他社との差別化ができる。

(5) 販売方法とPR方法

【集客】

マルシェ、食育プログラム、千ブランド登録、クラウドファンディングの実施。これらを実施し、千葉市産大豆ミートの認知拡大を行う。共同通信 PR ワイヤーでプレスリリース配信。SNS 発信。

船橋市情報誌の「Mamachi」の協力の下、千葉県船橋市在住の子育てママ世代 12 名と一緒に大豆ミートのレシピ本を作成中。年内中に 2000 部を船橋市保健所に寄贈。保育園や小児科等に配布されるので QR コードを掲載し弊社 SNS に誘導し PR 発信を行う。別紙④

商談会や展示会に参加し試食や PR を行う、

【販売】

自社 EC サイト。クラウドファンディングの実施。そごう千葉店・そごう渋谷店、丸井新宿店・柏店・吉祥寺店での店頭販売。ごつお便、千趣会、ふるさと納税等のカタログ掲載。

★出口戦略としては、リアル店舗と同時に EC を活用し広く発信をしていきます

(6) 事業実施上の問題点と解決策

(千葉市及び産業振興財団への要望、求める支援策等を含む)

- ① 大豆ミートの認知度の低さ → 子育て世代のママさん達とレシピ本を作成・配布・ネットによるレシピ公開（実際に家庭で使うことを想定した現実的なメニュー提案）
- ② 高価格 → 過度な垂直分業を社内に取り組み中間マージンを削減して低コストを実現できる。また、このところ肉類の価格高騰が顕著（総務省統計局の小売物価統計調査 2023.07）。食肉類は最近の物価高騰により 2 年前から 1.2 倍程度となっており、大豆ミートとの価格差は縮まってきていると思われる。さらに大豆生産者のつなぐファームと協力することによって原料生産から惣菜製造までの過度な垂直分業を社内に取り組み中間マージンを削減して低コスト化を続けていく。
- ③ 肉の代わりとしての味や食感の違い → 解決済み。コンテストで二冠取得していることやフェスで毎回完売することが証明になると思っています。
- ④ 植物ベースの文化や食生活の違い → 新しい食のスタイルをイベントや SNS で発信。鶏・牛・豚と一緒に大豆肉の選択肢をつくる
- ⑤ 大豆ミートの栄養科や環境への影響などの情報不足 → (株)つなぐファームと一緒に体験型食育プログラムを実施。

その他問題点

製造工場と、機械の購入の資金 → 補助金、借入金、賞金で検討

(7) スケジュール

*現在の進捗状況

レシピ本校正中 → 年内に印刷・配布

クラウドファンディング準備中 → 10月実施

ヴィーガンフェス準備中 → 10月 1 日木場公園にて実施

大豆収穫祭＆マルシェ → 12月開催に向けてつなぐファームと打ち合わせ中

菱熱工業(株) 大豆ミート製造機械を見学済み → 購入検討中

*今後の予定

●2023年

10月上旬 そごう千葉店：店舗での販売開始。そごう渋谷店：EC サイトで販売開始

10月 1 日 ビーガングルメ祭り 2023 秋に出店 木場公園

10月 13 日～11月 29 日 キャンプファイヤーにてクラウドファンディング実施

10月 24 日 商談会に出店

2023 しんきん食の商談会 inCHIBA 幕張メッセ

「ちば広域連携企業間マッチングイベント」 オークラ千葉ホテル

12月 第一回大豆収穫祭＆マルシェ開催

●2024 年

菱熟(株)の大豆ミート製造機械にて千葉市産大豆で大豆ミートの試作を行う

4月 ごつお便、千趣会でのカタログ販売開始

ビーガングルメ祭りに出店。春・夏・秋

つなぐファームとのマルシェを定期的に実施する

●2025 年

12月 機械購入。製造工場稼働。

この年収穫した千葉市産大豆で大豆ミート製造を本格的に開始する

千葉市産大豆ミートを使って PB だけではなく業務用の製造・販売を行う。

(8) 千葉市にもたらす社会的、経済的效果

本ビジネスプランが千葉市にどのような社会的、経済的な効果をもたらすか記載ください。

・千葉市の特産品が増える

千葉市産野菜。千葉市産野菜を使って商品化。千ブランドの強化。

・千葉市内の雇用が増える

・千葉市産の大豆ミートをリリースすることでメディアへの関心を呼び込み、情報発信ができる。環境問題を背景に、話題性もあり、六次化による国産大豆ミートということで、広くメディアで取り上げられる可能性も高いと考えられる。

・つなぐファームでの大豆生産が増える為雇用増加につながる。弊社での工場稼働により製造量が増え販路も広がり雇用増加につながる。

(9) 千葉市における事業展開

*千葉市内で事業を行う目的と計画

温暖な気候と豊かな大地に恵まれ、生産者が千葉市内にいる。

大消費地の東京に隣接している。また大豆ミートなど代替肉への関心の高いユーザーは都市部に多い傾向があり、リアルに商品にも接していただける機会が容易である。

*進出の形態及び時期

2025年、工場稼働による製造販売を目指す。

【ビジネスプラン部門】

(10) 今後3年間（営業年度）の売上計画			
	(単位：千円)		
	2024年8月期	2025年8月期	2026年8月期
<1>売上高 (うち、今回応募事業分)	7,000 千円 ()	16,000 千円 (6,000 千円)	30,000 千円 (15,000 千円)
<2>売上原価 (うち、今回応募事業分)	5,000 千円 ()	12,000 千円 (1,800 千円)	20,000 千円 (4,500 千円)
<3>粗利益 [<1>-<2>]	2,000 千円	4,000 千円	10,000 千円
<4>販売費、一般管理費	2,000 千円	2,000 千円	4,000 千円
<5>営業利益 [<3>-<4>]	0 円	2,000 千円	6,000 千円
<6>営業外利益	0 円	0 円	0 円
<7>営業外費用	0 円	0 円	0 円
<8>経常利益 [<5>+<6>-<7>]	0 円	2,000 円	6,000 千円

(11) 今後3年間（営業年度）の資金計画			
	資金内訳	2024年 8月期	2025年 8月期
		2026年 8月期	
資金需要	運転資金 経営運転資金	7,000 千円	14,000 千円
	設備資金 機械購入		50,000 千円
	計	7,000 千円	14,000 千円
資金調達	自己資金	7,000 千円	24,000 千円
	借入金 (うち、今回調達希望分)	()	()
	投資 (うち、今回調達希望分)	()	()
	その他（補助金）		20,000 千円
	計	7,000 千円	14,000 千円
			74,000 千円

※資金需要欄の計及び資金調達の計のそれぞれの額が必ず一致するように記載してください。

3 財務状況 (既に起業している場合、直近3年間の財務状況を記載) (単位:千円)

	2022年8月期	2023年8月期	年 月期
売 上 高	2,400千円	3,800千円	
営 業 利 益	-3,000千円		
経 常 利 益	-2,000千円		

4 応募者のプロフィール

(社会・地域貢献に対する考え方があれば記載してください)

1970年茨城県日立市生まれ

千葉・福島で3社のセントラルキッチンを立上げ、ISO22000、FSSC22000、HACCPJFS-B規格の認証取得のマネジメントを行う。

大手企業から都内オーガニックスーパーまで、多くの代替肉やオーガニック・ヴィーガンメニューの開発を行う。

千葉・茨城・福島の特産物で商品づくりをし、業務用として全国のホテルや飲食店・食品製造工場に営業・販売を行う。更に一般消費者向けにデザインパッケージを施した商品は都内の駅や百貨店、高級スーパー向けに営業・販売を行う。

2021年独立。

増一屋合同会社を設立。都内レストランのOEM・メニュー開発・衛生管理コンサルを実施。サスティナブルフード Bonheur ブランドの販売。SDGsイベントを百貨店、ヨガ教室、中学校等で実施。

今にいたる。

今までのメニュー開発や商品づくりの経験と、販路先の人脈を活かして地元千葉市の6次化に貢献したい。さらにイベント企画や運営を得意としているので、どの世代でも楽しめるような食育を広め、地域活性の役に立てるような仕事をします。

※受賞歴

●2022年11月29日

にっぽんの宝物プロジェクト圏央道の宝物グランプリ 2022-2023

新体験部門：準グランプリ受賞。「まるでお肉！なチキンサンド」

●2023年3月23日

にっぽんの宝物グランプリ JAPAN 大会 2022-2023

特別賞：ベストチャレンジ賞受賞。「まるでお肉！なチキンサンド」

●2023年6月1日

日本プラントベース市場協会より、「JAPAN VEGAN AWARDS 2023」受賞候補者にノミネート。

JAPAN VEGAN AWARDS 2023とは

医学・学術・料理・経済・動物愛護・環境・文化、あらゆるジャンルから VEGAN / PLANT BASED のライフスタイルの発展・啓蒙・革新に貢献している人たちに贈られる賞です。

【ビジネスプラン部門】

5 今回の応募動機（あてはまるものに○をつけてください。）

- (1) 資金調達 (2) 販路拡大・事業提携先獲得 (3) 経営パートナーの獲得
(4) その他（具体的に)

6 今回の応募についてどちらでお知りになりましたか。

- (1) 市政だより、市役所ホームページ (2) 財団ホームページ
(3) 支援機関等ホームページ (4) ポスター、チラシ (5) Facebook
(6) 新聞、インターネット等のメディア（名称)
(7) その他（具体的に)

健康志向・添加物不使用・オーガニックの潮流へ

きっかけは、食生活への志向が変化
メニュー開発依頼が多数

そこには、地球環境を考えた「動物性不使用」のオーダーも。



千葉市から始める。
美味しいで、健康に良くて、環境にやさしい
大豆ミートで 地域活性化。

Bonheur
Sustainable Food

肉を使わない代替肉との出会い、植物性のみの課題

大豆独自の大豆臭



「美味しさ」の壁を乗り越えて
代替肉を使うだけでは普及しない！日本の実情にチャレンジ！



「美味しい」から続けられる食習慣

毎日でなくともいい、少しづらの習慣を提案
持続可能な社会を食の世界から

SDGs

肉を選ばない選択が、地球環境負荷の軽減に。

動物性不使用による味の限界

環境負荷を配慮した動物性不使用メニュー開発の大きな壁

目的は、地球の未来のために。

サスティナブルフード専門企業「増一屋」を起業

「幸せ」を意味するボヌールブランドが誕生しました。



何故、大豆ミートなのか 代替肉が必要とされる背景

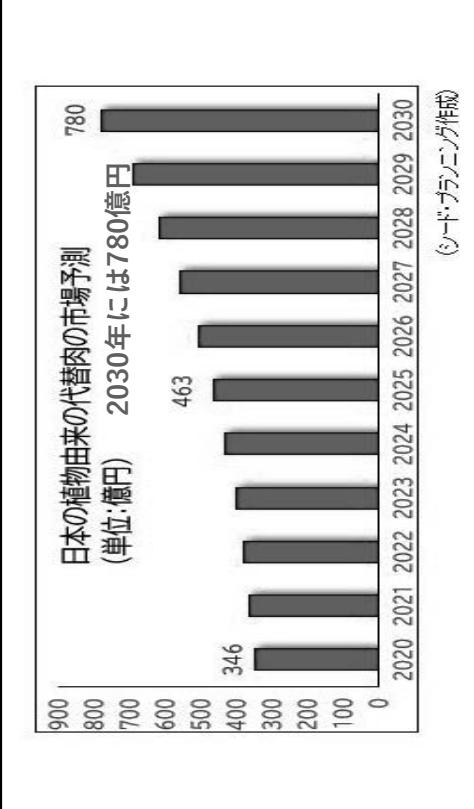
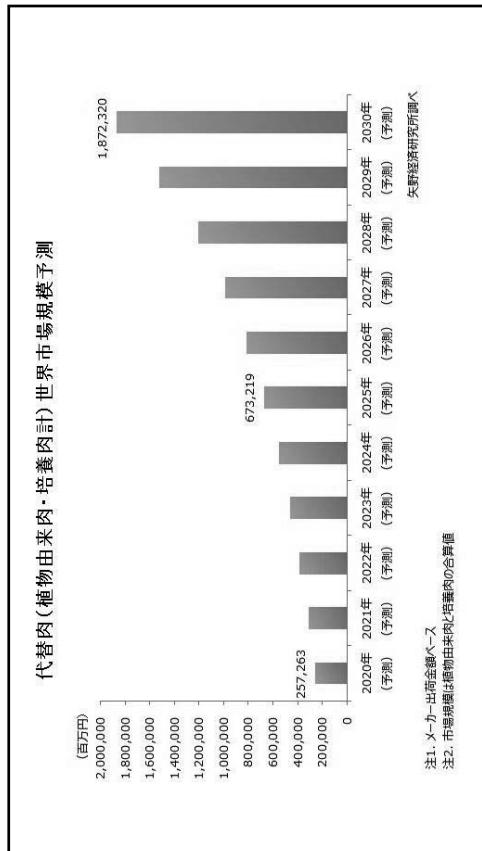


- 地球の人口増加に伴い、畜肉の消費が約2倍！しかし畜産物が追い付けない。
- 家畜の餌の穀物を生産するだけの土地が追い付かない。
- 家畜の餌の穀物を生産するための水資源が追い付かない。

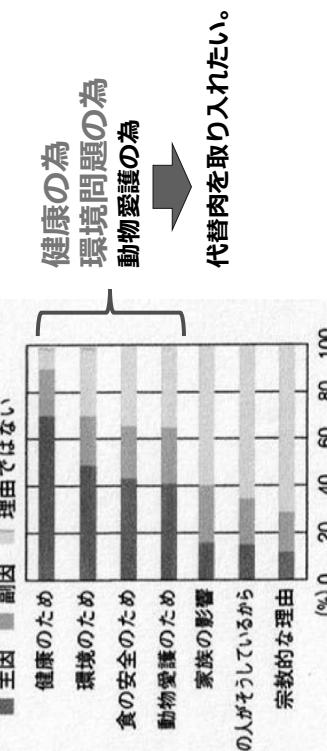


温室効果ガス排出によって地球環境に大きな負荷を与えている

私たちは、近い将来、牛肉・豚肉・鶏肉を控える努力が求められる



(図表7) 肉の消費量を減らした理由



潜在的ニーズが高い代替肉、その課題に挑戦！



5つの問題を「増一屋」は解決していきます。

ビーガングルメ祭りでは出店のたびに、完売する人気商品！

ビット商品！
まるでお肉！な、チキンサンド】

2022-2023に「ほん宝物グランプリ
全国大会」準グランプリ受賞

2冠達成！

千葉市長へ表敬訪問も

2023年5月に千葉市役所にて、神谷市長へ表敬訪問させていただきました。

美味しさの証明



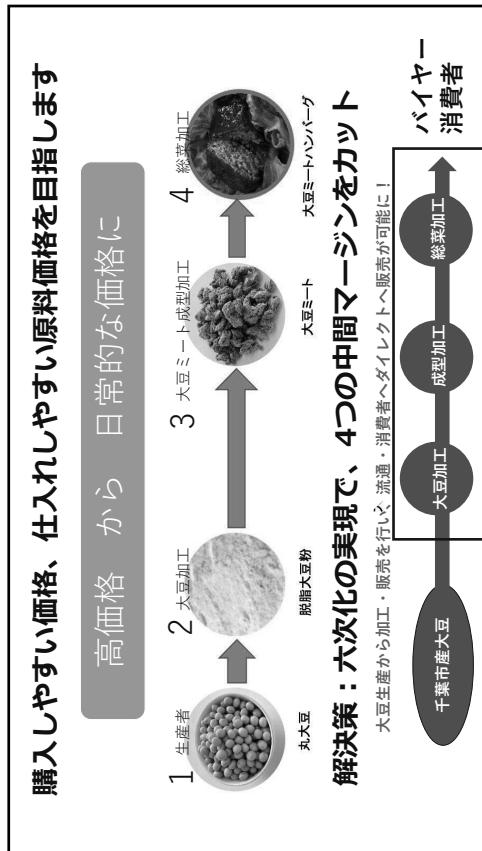
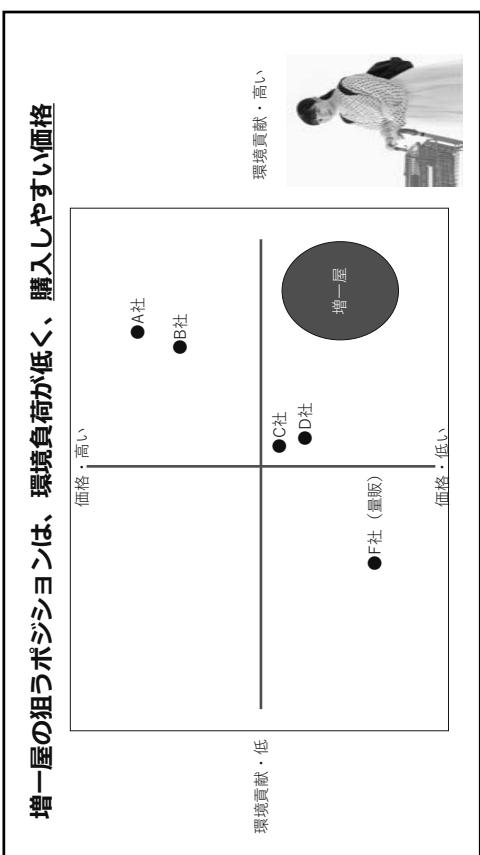
味へのこだわり、増一屋の強み

増一屋の大豆ミートはすべてプロの料理人が考案して開発したメニューです。
Chef プロの料理人がつくるからこそ、
料理のクオリティが違います。



大豆臭を解決し、食感や美味しさを追求！





認知度の向上活動 ① 大豆ミートを身近に、使いやすく

子育て中のママさん世代の協力を経て、レシピ本作成中！
Mamachi×シェフとレシピ本作成、船橋市保健所にて3000部寄付計画！



家庭での料理を想定して大豆ミートをご飯のおかずと一緒に。ママさんたちのアイデア溢れのメニューを開発、レシピを公開し、使いやすさをママさん視点で周知活動をします。



認知度の向上活動 ② 食、健康、SDGsをテーマにした イベント企画事業

地球環境の講義を実施



2023年9月12日（火）、東京都世田谷区の小学校の生徒さんへ向けて「サステナブルとは何か？その理由について講演をさせていただきました。



共感活動を！

実際に味を知つていただく、体験していただく、
身近に感じていただくための活動を実施中！



大豆ミートとSDGs

持続可能な社会を食の世界から。千葉市産大豆ミートの取り組みから始まります。

人口増と畜産物の増加



海外産が主流の大豆ミートを国産化へ
代替肉の取り組みはいち早く海外が積極的。その背景には地球環境負荷があげられています。唯一では国産大豆ミートが少ない現状から生産者とともにこの問題に取り組み、新しい時代へつながる産業を目指していくたいと考えています。

そして、私たちが目指すのは 観光農業 10次化

県外からの観光にも

千葉市から始める地域活性化

【夏前に植えた大豆の苗を12月に収穫】



生産者とともに第一回大豆収穫祭を予定
大豆ミートの原料は主に海外産が主流です。これから需要
が高まる大豆ミートの原料をいち早く千葉市産からはじめたい。生産者さんとの取り組みを消費者にも周知する
ために大豆収穫イベントを実施しファンづくりを行います。定期的な開催実施を計画。

外食産業にも広がる大豆ミート、問い合わせも増加

メニューに取り入れた、相談も。

大豆ミートへの関心は今後高まることが予想されます。
外食産業では徐々に大豆ミート関連メニューも導入されています。
増一屋ではOEM事業も実施、メニュー開発相談や製造依頼などお詫びかけています。



ビーガンに特化した飲食店も。

動物性を使用せずに美味しいメニューを、ビーガングルメ祭りでも若い世代を中心ビーガン食を中心とする方も増えていると感じます。増一屋では、国際食品展FOODEX JAPANにも出展。たくさんの方々が増一屋ブースにお越しいただきました。

千葉市にもたらすメリット

千葉市産大豆ミートが特産物に

千葉市産野菜を商品化→千ブランド強化

大豆生産・惣菜製造で雇用が増える

SDGsが背景のイベントでメディアに発信

定期的なイベント実施で他県からも集客

