

平成 22 年度 特許ビジネス市シーズ情報

整理番号	事務局使用欄
------	--------

1	シーズタイトル	旨い肉を作る飼料（新たなブランド食肉へ）
2	シーズ提供者 連絡先住所 TEL/E-mail/URL	(法人名) 新潟 TLO (担当者名: 筒井つよし) 新潟市西区五十嵐二の町 8050 036-211-5140
3	支援者 (特許流通AD等/連絡先)	特許流通アドバイザー 高木克己
4	特許番号 等	特許第 4 4 9 1 5 2 7 号

技術情報					
5	技術分野	農林水産	6	機能	バイオテクノロジー
7	利用分野	給餌	8	適用製品	家畜資料
9	本技術の完成度	実用段階			

10 本技術の特徴

① 従来技術・類似技術の問題点

従来の技術によれば、飼料のアミノ酸割合は生産効率が優先され、栄養要求量を十分に満たせばよいという設定の仕方であった。これらには食肉の遊離グルタミン酸量の増加への考慮がなく、コストや成長や飼料効率を指標とするものであった。

② 本技術の特徴・効果 / 類似技術との対比

従来の概念を変えて飼料のロイシン量を従来の資料中含量よりも減らすことにより、食肉の遊離グルタミン酸濃度を増加させることができる。

この方法により生産された肉は、ヒトの味覚による官能試験で有意に味が良いと識別された。したがって、食肉の旨味が向上するとともに化学調味料の使用料を減少させるという 2 次効果も生じ、実用上非常に有用である。

③ 特記事項・添付図面・製品外観図・効果を示す表等

Dietary Leu level (%)	Glutamate (µg/g muscle)
0.76	~155 (a)
1.09	~135 (ab)
1.42	~120 (b)
1.64	~130 (ab)

図 3. 作出肉の味の特徴 (シェッフェの対比較法)

作出肉はうま味が強く、味がこく、コクがあり、柔らかい味を有し、高い総合評価を受けた。

飼料のロイシン量と
筋肉中のグルタミン酸量の関係

本特許の方法（赤線）と従来法（黒線）

特 許 情 報		
11	発明の名称	食肉中の遊離グルタミン酸量の増加方法及びそのための飼料
12	特許権者(出願人)	株式会社新潟 TLO
13	特許番号 (公開番号/出願番号)	特許第 4491527
	出願日(優先日)	2005/3/19
14	海外出願 特許番号等	PCT/JP2004/003757
15 代表的な独立請求項の記載 【請求項 1】 家禽又は家畜に低ロイシン含量の飼料を給与することから成る、家禽又は家畜の食肉中の遊離グルタミン酸量の増加方法。		
16	審査請求有無/審査経緯	審査 有 無 (審査請求日 :) 2008/3, 2008/8 拒絶査定 2010/3 審判後 登録査定 (中小企業向け先行技術調査制度の利用状況)
17	関連特許 特許番号等	特願 2 0 0 5 - 7 9 3 7 5
18. 先行・類似技術の調査結果/特許性の判断内容 (代表的な先行・類似技術の特許番号とその内容 等) 特開平 3 - 2 1 9 8 3 8 処理後のうまみ添加方法が大半であり、飼料については新たな添加物のみで等特許に示すような 現状の飼料中のロイシン含有量に関するものはない また 給餌の際の成分の管理を行うこともあり 食肉の品質管理が期待できる		

ビジネスプラン					
19	特許ビジネス市に期待する連携内容	(選択4:複数回答可) ライセンス先の開拓			
20	ライセンス等の実績の有無	ライセンス実績 (○あり (1件) /なし) 引き合い (○あり (2件) /なし)			
21	各種助成制度の利用状況	(産学連携・自治体等の助成制度等の利用・申込状況、他機関との連携内容等) 無し			
22 事業化に関する情報					
<p>① 追加開発の要否・具体的内容、事業化に向けて解決すべき問題点 飼料中のロイシン量をコントロールする 原材料の供給方法の確立</p> <p>② 設備投資の要否・設備投資額、提供可能な中間材の規模・コスト 従来の飼料製造設備で可能 ロイシン量を管理するための費用が増加する</p>					
23 本技術を活用したビジネスプラン					
<p>① 製品・サービスの概要・特徴 (従来品・競合品と比較した優位性等を記載) 本技術を使用することにより 量より質へのつまり高級品な商品づくりに寄与できる</p> <p>② 対象とする市場・分野・顧客等 (主な顧客、提供できるメリット等を記載) 飼料原材料メーカ 飼料メーカ 酪農家</p> <p>③ 競合商品・競合相手の状況等 現在無し</p> <p>④ 売上・利益計画 (市場規模、推定製品シェア、成長性等を記載)</p>					
事業計画:	第1期(初年度)	第2期(2年度)	第3期(3年度)	備考:	
市場規模(千円/年)					
製品シェア(%)					
製品売上高(千円/年)					