



Food Force

COMPANY PROFILE

FOOD FORCE



Food Force Co., Ltd. (日本)



Food Force

株式会社フードフォースは、2015年に設立された日本の食品製造・販売企業です。

英国 フィナンシャルタイムズ が調査・発表する

「アジア太平洋地域 急成長企業ランキング (High-Growth Companies Asia-Pacific)」において、
2022年・2023年・2024年の3年連続で選出され、

飲食料品部門において3年連続 日本国内第1位を獲得しました。



FT FINANCIAL
TIMES
statista

HIGH-GROWTH
COMPANIES
ASIA-PACIFIC

2022
& 2023

FT FINANCIAL
TIMES
statista

HIGH-GROWTH
COMPANIES
ASIA-PACIFIC 2024

フードフォースは、日本の品質基準および生産技術を基盤に、

ベトナム食文化の価値を再構築し、世界へと広げることを事業の中核に据えています。

安心・安全・信頼を備えた、高い持続可能性を持つ食品供給源となることを目指しています。

ブランドスローガン

「Vietnamese Taste - Japanese Quality」

VIETNAMDELI は、ベトナムの本場の味わいを大切にしながら、日本の品質管理のもとで製造・提供される食品ブランドです。

安心して、いつでも、同じ美味しさを届けること。

この考え方を軸に、安全性・安定性・再現性という3つの価値を、日々のものづくりの基準として大切にしています。この姿勢は、日本市場だけに向けたものではありません。

VIETNAMDELI は、世界のどの市場においても通用する品質を前提に設計されています。

実際にフードフォースは、食肉製品分野(ベトナムハム)において日本の食品安全基準 JFS-B の認証を取得し、HACCP に基づく品質管理体制を構築・運用してきました。

こうした取り組みを背景に、VIETNAMDELI は日本国内の
大手食品スーパーマーケットチェーンへ、安定した供給を継続しています。



主要ブランド: VIETNAMDELI - ベトナムデリ



宝禄製茶 HOROKU SEICHA



宝禄製茶は、フードフォースが展開する茶ブランドです。ブランド理念は、

「文化を価値に、価値を未来に。」

ベトナム産の茶原料を起点に、日本の品質基準で加工・製造することを前提として、
品質の安定性と信頼できる供給体制を重視して設計されています。

宝禄製茶は、F&B(飲食)チェーン、食品加工メーカーなど、日常的に使用される商品・原料として、
安心して使い続けられる茶商品の提供を目的としています。

そのため、宝禄製茶では、日本市場で求められる品質を前提とした製品開発を
行っています。

主要な抹茶製品ライン

Culinary

クッキンググレード

原材料の産地:ベトナム

色:黄緑色

用途:ラテ、ドリンク、製菓、
アイスクリームなどの加工用



Premium

プレミアム抹茶

原産地:100%ベトナムまたは
日本とのブレンド

色:明るい緑色

用途:ラテ、湯で割って飲むなど



Ceremonial

セレモニアルグレード

原産地:100%日本

色:鮮やかな緑色

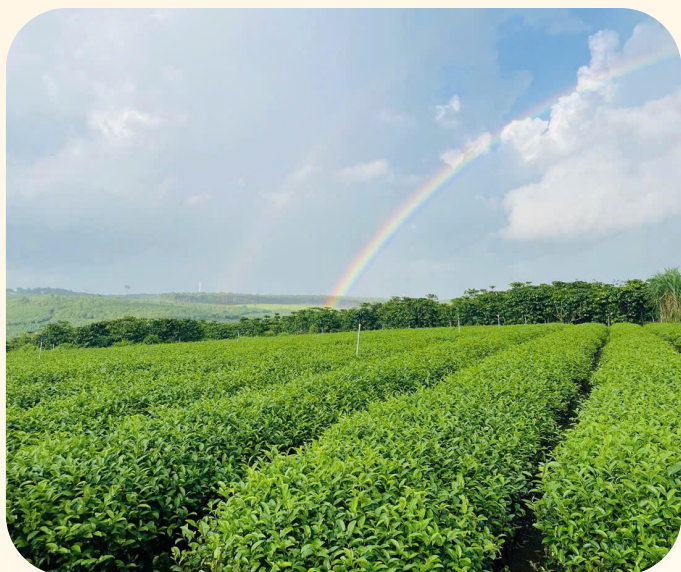
用途:高級な抹茶体験用



宝禄製茶の事業基盤

1,000ヘクタール規模の茶生産基盤

日本の加工・品質管理パートナーとの協業体制



この仕組みにより、以下のような特長を備えています。

長期にわたる安定した
供給体制

注文数量やロット規模に応じた
柔軟な対応

原料調達に
おけるリスクの抑制

こうした体制は、継続的な品質と供給の安定性を求める企業にとって、重要な前提条件となるものです。

宝禄製茶が目指すパートナーシップの形

宝禄製茶は、自らを単なる原料の製造元としては位置づけていません。提携先の茶園を含む供給基盤に加え、ベトナムにおける多様な産業とのネットワークを背景に、使い手の事業に寄り添う形での関係構築を重視しています。そのため、宝禄製茶では、

- ・ 中長期を見据えた供給計画の設計
- ・ 事業の成長段階に応じた供給提案
- ・ 将来を見据えた協業の枠組みづくり

といった取り組みを通じて、継続的な関係性を築いていくことを大切にしています。

宝禄製茶は、使い手とともに育ち、次の価値をつくっていく茶ブランドでありたいと考えています。



Food Force Vietnam Co., Ltd. (ベトナム)

ブランド思想と役割

Food Force Vietnam は、

日本で設計された品質の価値を、飲食店などの経営を通じて実体験へとつなげていく役割を担っています。
また、日本で構築された原料・品質・プロセスの基準を、ベトナム、そしてグローバル市場において、

- 理解され
- 選ばれ
- 継続して使われる価値

として定着させていくことを目指しています。



現代的かつ持続可能な F&B モデル

Food Force Vietnam の F&B モデルは、ベトナム農産物の価値を高めることから始まります。

抹茶ドリンクを軸に、ベトナム各地の農産物を組み合わせながら、



産地の背景



農産物の特性



生産に関わる人々の価値

これらを、体験として伝えていきます。

これは単なる商品開発ではなく、F&B ビジネスとしての「Farm to Table」の考え方を、現代的なカタチで実装する取り組みです。農業を、季節に左右される短期的な価値ではなく、持続的に成り立つ産業として捉え直すこと。それが、このモデルの根底にある考え方です。

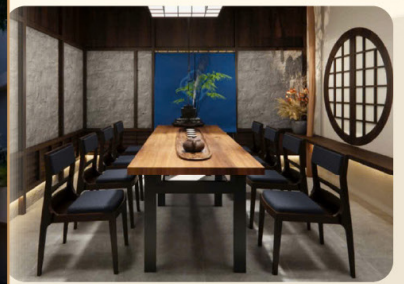


ブランド MIYAEN



MIYAEN は、
宝祿製茶が追求する品質・原料・思想を、
体験を通じて伝えるために設計された F&B ブランドです。
MIYAEN は、単なる抹茶カフェではありません。

茶の価値を体験する場



原料・産地・人・文化を語るブランド



多地域・多店舗展開を
見据えたビジネスモデル



主な商品・サービス



高品質な抹茶および各種茶



健やかな日常を
意識したドリンク



文化的なメッセージを
持つプロダクト

MIYAEN の競争優位性

- ・ 日本の製茶技術および茶原料との直接的な連携
- ・ ベトナム市場の嗜好や特性に対する深い理解
- ・ トレンドを踏まえたメニュー開発力
- ・ チェーン展開を前提とした運営の標準化
- ・ 文化的価値と事業性のバランスを意識したブランド設計
- ・ 創業チームの実践的な経験

(製造／F&B チェーン／輸出入／国際協業)

MIYAEN のブランドポジションは、

単に「お茶を飲む場所」ではありません。

抹茶や茶を通じて、少し立ち止まり、

ゆったりとした時間や健やかな感覚を取り戻す。

人と人、文化と文化が、自然につながっていく。

MIYAEN は、そうした時間と体験を届けるブランドです。



フードフォース エコシステム

日本 × ベトナム

Food Force Japan

製造・品質管理

基準構築

技術

品質

Food Force Vietnam

市場理解の醸成

信頼構築

体験価値の創出

チェーン展開

エコシステムが生み出す価値

宝祿製茶が「品質」を
つくり



MIYAEN がその価値を
体験として世界へ広げる

この役割分担によって、エコシステムは、

信頼できる原料供給

体験価値に奥行きを持つブランド

市場に長く選ばれ続ける仕組み
を同時に成立させています。



Food Force

フードフォースは、「人」から始まる基盤を大切にしています。私たちは、食事とは単に身体を満たすものではなく、感情や記憶、そして人々の幸福に触れるものだと考えています。

フードフォースの経営理念は、シンプルでありながら、揺るぎません。全従業員およびパートナーの物心両面の幸福を追求し、食を通じて、人々に必要な価値を創造する。食を生み出す人が尊重され、耳を傾けられ、自らの価値を大切にして生きるとき、その手から生まれる製品にも、誠実さと安心、そして信頼が宿ると私たちは信じています。

フードフォースは、人と人をつなぎ、食と幸福をつなぎ、今日と、より持続可能な未来をつなぐために存在します。私たちは、単に食品をつくっているわけではありません。一つひとつの製品を通じて、生き方の価値を守り続けています。





Food Force Co., Ltd.



Japan Office

Queen City Hishino B, 297-2 Hatano,
Seto-shi, Aichi 489-0874, Japan



Tel: +81-561-76-0551



Email: horokuseicha@foodforce.co.jp



Vietnam Office

67 Truong Cong Dinh Street, Xuan Huong Ward,
Da Lat City, Lam Dong Province, Vietnam



Tel: +84 888 30 6767



Email: info@miyaen.com

