



豆腐市場に新風を吹き込んだ 『TOFU BAR』 大豆食文化を世界へ！

株式会社アサヒコ
代表取締役
池田未央
2023年6月28日

01 アサヒコの実業理念

● 2050年

人口97億人



+

新興国の肉食化



=

肉の供給不足



平等にたんぱく質を摂れずに健康リスクが高まる



たんぱく質の格差社会
(肉を買える人・買えない人)



やよい軒
TEISHOKU YAYOI

肉野菜炒め定食



豚肉

730円



大豆ミート*

*アサヒコ提供

730円

発売時
(2022年6月)

差額30円

800円

現在
(2023年6月現在)

770円



事業目的

- たんぱく質格差社会を無くす

ミッション

- 手頃で・安心して・美味しく食べられる大豆たんぱく質を提供し
たんぱく質不足による健康リスクを低減する

TOFFU
PROTEIN

人と地球にやさしい未来のとうふ
要らないものを**OFF** × 植物たんぱくを**IN**

- 大豆・豆腐を生かし、美味しく植物性たんぱく質を摂取
- お肉やご飯の代わりに召し上がれば、コレステロールや糖質を低減
- 植物原料だから環境にもやさしい未来のとうふ

HIGH PROTEIN TOFFU

高たんぱく質豆腐



MEATOFFU

大豆・豆腐のお肉



TOFFU Rice · Noodle

豆腐の米・麺



たんぱく質10gの豆腐バー TOFU BAR

焼肉 TOFU PROTEIN

ガバオ TOFU PROTEIN

たんぱく質10gの豆腐バー TOFU BAR

たんぱく質10gの豆腐バー TOFU BAR

コーポケム TOFU PROTEIN

焼肉 TOFU PROTEIN

たんぱく質10gの豆腐バー TOFU BAR

豆腐のかやつプリン TOFU PROTEIN

肉そば TOFU PROTEIN

豆腐ごはん TOFU PROTEIN

Asahico
すこやかに食べよう

Protein Diversity
たんぱく質
ダイバーシティ
(多様性)

Illustration of a woman eating a meal.

- **たんぱく質の選択肢を増やす**
- **メニューの選択肢を増やす**
- **オケージョンの選択肢を増やす**

現在の取り組み

「豆腐バー」直近の動向

◆日経MJ

「レシートデータを読む」(4月24日)
豆腐の消費者&シーン拡大!

「アサヒコ豆腐バー」が
日経POSセレクション売上No.1に!

「アサヒコ豆腐バー」が
日経POS、2022年「大豆たんぱく
食品」部門で年間売上No.1を
獲得しました!

日経POSセレクション
**売上
No.1**
2022
大豆たんぱく食品
カテゴリ

2022年1月~2022年12月

日経POSセレクションとは
日経POS情報を使用して、日経が
作成する約2,000の商品分類で
売上上位の商品を売上上位商品の若い
商品を取り上げます

レシートデータ
「4月24日」
も読む

アサヒコ豆腐バー
成人男性、オフィス街で購入

豆腐バーが
これだけ売れた
理由とは?

- ・これだけ売れた理由とは? (成人男性、オフィス街で購入)
- ・購入シーンが広がる
- ・「味・品質」に拡大!
- ・オフィス街でのランチシーンにも浸透!

「健康食材ランキング」(5月13日)

健康を意識する目的で食べてみたい食品

	男性	女性
1	サラダチキン (18.5%)	サラダチキン (23.6%)
2	プロテインバー (12%)	オートミール (21.1%)
3	豆腐バー (9.8%)	カボナッツ (14.9%)
4	こんにやく麺 (1.1%)	マヌカハニー (1.1%)
5	パン (8.2%)	パン (13.6%)

第3位!!

1つのカテゴリとして確立!!

(出所)クロス・マーケティング

◆ZIP!

「キテルネ! 最新たんぱく質フード」
日テレ系全国(5月13日)

7:46
タンパク質 約10g
筑前煮風豆腐バー

コンビニでよく見かける

7:46
タンパク質 約10g
筑前煮風豆腐バー

野菜の風味 もっちり感じられる

7:47
タンパク質 約10g
筑前煮風豆腐バー

おかず を食べているみたい

7:46
タンパク質 約10g
筑前煮風豆腐バー

◆ウワサのお客様

「セブンイレブンでウワサのお客様」
フジテレビ系全国(5月19日)

Q.ウワサになっているお客さまは?

シリーズ累計
発売から1年間で1000万本以上

Q.ウワサになっているお客さまは?

セブンイレブン 全店1389店舗で話題
コンビニダイエットの達人
アプレシア
たんぱく質10gの豆腐バー1箱だけ 149円

これも美味しいっすね

Q.ウワサになっているお客さまは?

Q.ウワサになっているお客さまは?

たんぱく質 3倍以上

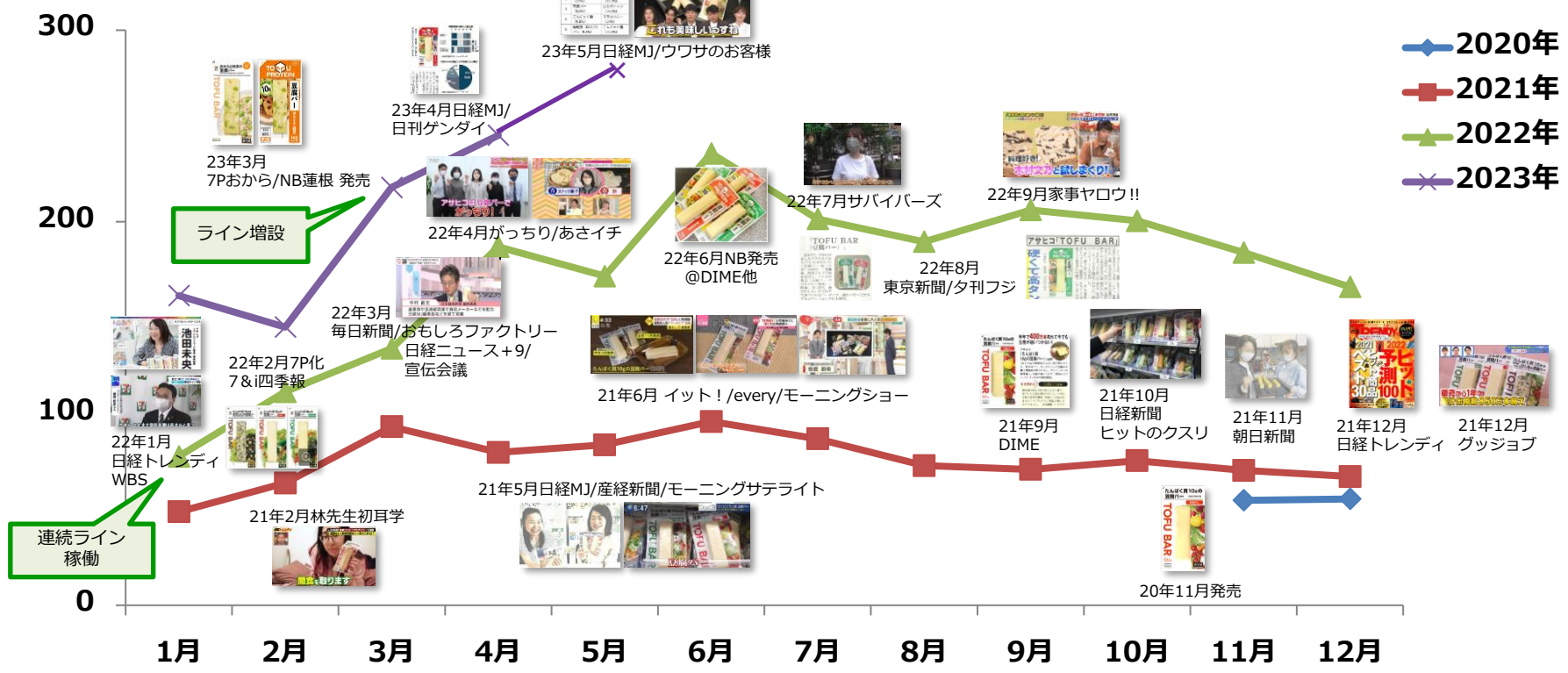
味付きでそのまま食べられる

「豆腐バー」これまでの軌跡

製品拡張&メディア注目途切れず毎年売上アップ→累計4,100万本販売！

2023年5月末時点

◆販売本数（万本）



「豆腐バー」の進化

- 背景
具材入り「豆腐バー」が好評!! ▶ 「豆腐バー」の**総菜化**



- 狙い
 - 手間のかかる調理をせずに
美味しく **健康的な総菜を簡単に食べる** ことができる!!
 - 調理&食事時間を削減する **究極の“タイパ飯”** として品揃え強化

面倒な家事

煮物など
健康的な家庭料理



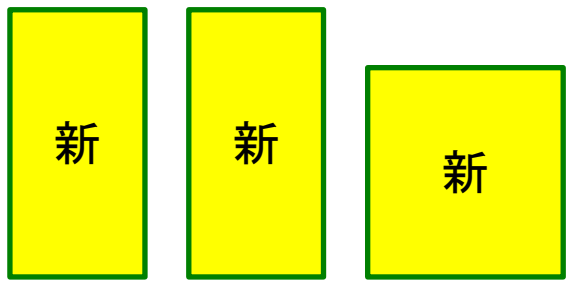
調理済み惣菜

スーパー、コンビニで
調理済み惣菜が拡大



豆腐バーの総菜化

時代に沿った新しい食スタイル
今後の進化をお楽しみに!



「豆腐のお肉」「大豆のお肉」の進化

- 背景
 - お肉を食べたい！お肉が好き！
 - **健康を配慮してお肉を控えている方に「焼肉」が好評!!**
- 狙い
 - **コレステロールを気にせず楽しめる食事をより多くの方に!!**



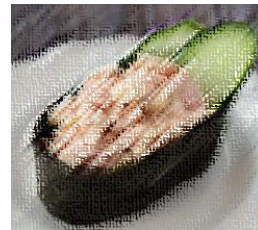
焼肉



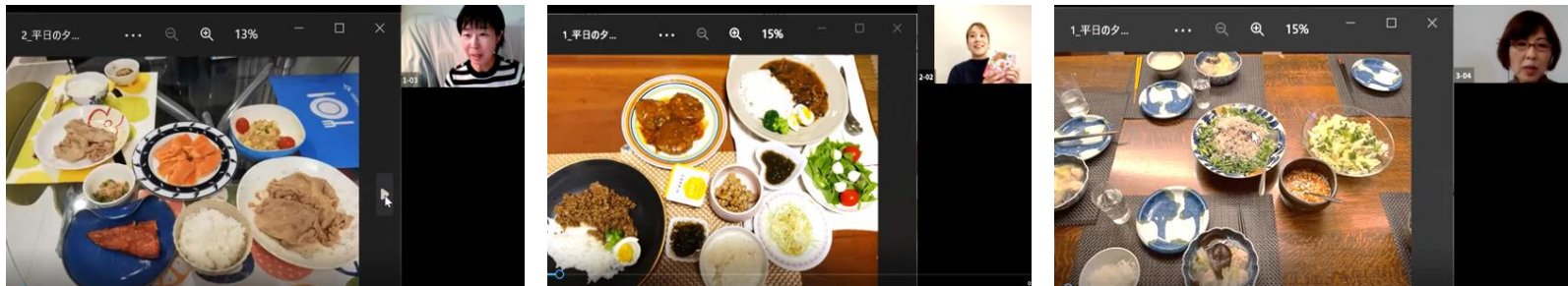
生姜焼き



開発中



「TOFFU PROTEIN®」ユーザーインタビュー（2022年11月29日）



- 肉や魚ばかりでは体に良くない
- 植物性のたんぱく質を食事で摂りたい
- 普通の豆腐 + 植物志向製品 = メニューが広がる

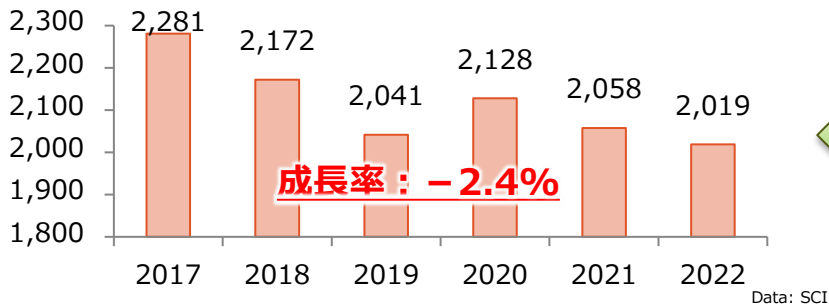


ゲーム・チェンジのポイント

日本と海外の豆腐市場比較

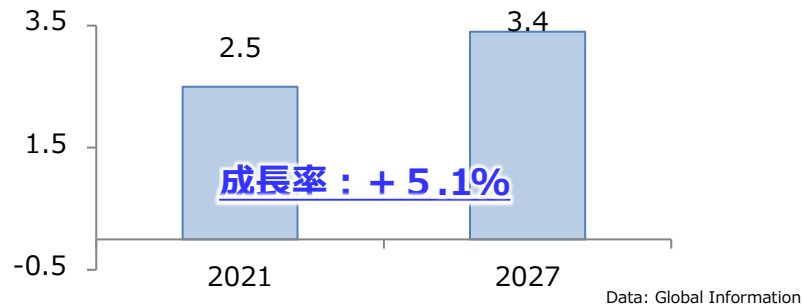
● 日本の豆腐市場

規模 (億円)



● 世界のTOFU市場

規模 (Billion USD)



<縮小要因>

- **調理がマンネリ化**
多様化する食生活の中で利用頻度が低下
- **消費者の調理離れ**
 - 若年層 : 調理スキル低下
 - 共働き世代 : 調理時間がない
 - シニア層 : 料理する気力・体力の低下
- **メインユーザーのエイジング**
主要消費者が高齢化し、消費量が減少



<拡大要因>

- **健康志向の高まり**
低脂肪・高たんぱくのTOFUに注目
- **コロナ禍で需要が加速**
コロナ禍で食肉工場の操業が停止
「肥満がコロナリスクを高める」との研究
代替肉食品として利用増加
- **革新的な商品開発**
豆腐ベースのハンバーガーやアイスまで

Overview
Tofu Goes Mainstream in America Thanks to Big Meat's Covid Crisis

Sales of the soy-based product jumped as US consumers navigated poorly stocked meat aisles. Producers hope 2023's third research.



...tofu sales skyrocketed during the pandemic as consumers search for affordable meat alternatives.

The Washington Post



アメリカの豆腐市場

● スーパーマーケット

ヘルス先進国の米国では、豆腐が牛、豚、鶏肉と並ぶたんぱく源



豆腐は“硬さ”によって様々な料理に利用される



EXTRA FIRM TOFU



FIRM TOFU



SILKEN TOFU

● 惣菜売り場

豆腐は家庭だけでなく、レストランやカフェの惣菜としても定番に！



TOFU MAPLE SRIRACHA@DEAN&DELUCA(撮影:アサヒコ)



BBQ TOFU, Baked TOFU@WHOLE FOODS(撮影:アサヒコ)



「豆腐バー」のヒット要因

- アメリカのTOFU人気を見て・・・

豆腐を「**伝統的な食材**」 → 「**植物性のたんぱく源**」へ定義変更

発売約1年で1,000万本突破！



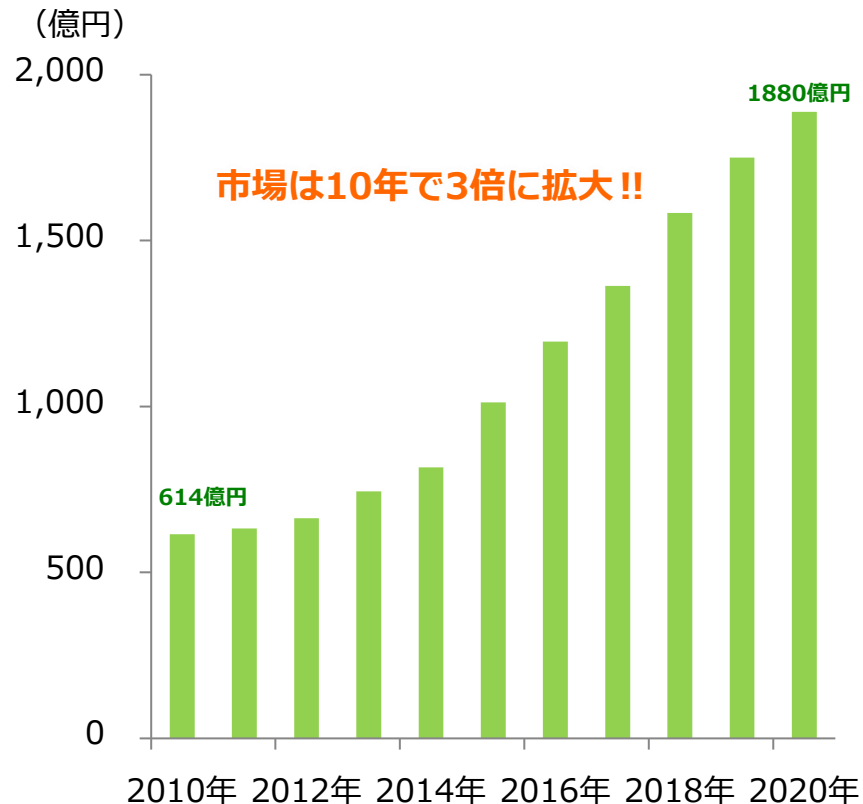
<特長>

- **効率的にたんぱく質を摂取**
 - ・ 絹ごし豆腐の**2.7倍** (日本食品標準成分表八訂)
- **もっちり食感**
 - ・ サラダチキンをベンチマークした硬さ
- **いつでも、どこでも**
 - ・ ワンハンド、味付き = **究極のタイパ飯**



消費者&消費シーンが拡大

● 市場規模



Data:TPC Marketing research

● 環境分析

日本人の食事摂取基準 (2020版)

- ・たんぱく質の必要量 : **0.66g/kg体重/日**
- ・高齢者は下限値が引き上げ

<推奨量>

65歳以上 男性 : 60g/日、女性 : 50g/日

摂取の課題

- ・飽食時代のたんぱく質不足
- ・ダイエット志向や加齢による食事量の減少から
摂取量は低下し戦後水準へ
- ・動物性に偏った食生活
1975年 動物性 : 植物性 = 5:5
現在 動物性 : 植物性 = 6:4
- ・植物性たんぱく質は大豆製品の消費と連動し
40年以上減り続ける

たんぱく質市場は伸長するも
摂取には解決すべき課題が多い



- 豆腐は健康長寿に必要な
持続可能な 植物性たんぱく源!!
- 豆腐の価値を再訴求するチャンス!!

- 豆腐・あげ に磨きをかける
- 50年培った技術を生かし、日本の食文化に根差した
プラントフォワード（植物志向）製品を提案
- 豆腐市場を変革するゲーム・チェンジャーの役割



<2023年テーマ>

ぜんぶとぶ化作戦



03

未来・世界への取り組み

TOFFU[®]
PROTEIN



SUSTAINABLE
U.S. SOY

<事業コンセプト>

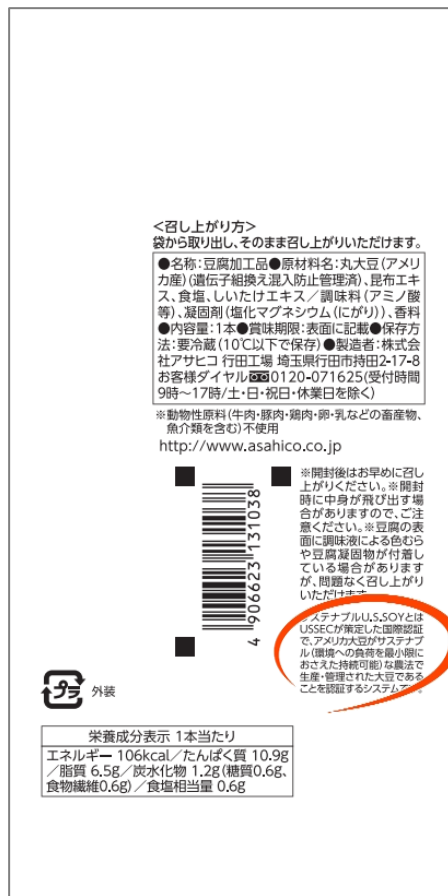
人と地球にやさしい未来のとうふ

要らないものをOFF × 植物たんぱくをIN

<SSAP導入>

- サステナブルなアメリカ大豆は事業コンセプトを体現する重要な要素
- 対象品全品へ導入予定
- 既存の豆腐・あげも導入
- 原料へのこだわり・正しい情報を消費者へ

未来への取り組み強化 (1)



- 認証マークだけではなく **SSAPの説明**を裏面に記載 (23年5月~)

＜表＞ **SUSTAINABLE U.S. SOY**

＜裏＞ サステナブルU.S.SOYとは USSECが策定した国際認証で、アメリカ大豆がサステナブル(環境への負荷を最小限におさえた持続可能な農法で生産・管理された大豆であることを認証するシステムです。

未来への取り組み強化 (2)

● セブンプレミアム商品にもSSAP認証を導入 (23年3月~)

OPEN

SEVEN I PREMIUM

和風だしの豆腐バー
Tofu Bar with Kelp & Bonito Broth

1本当たりたんぱく質 10g

TOFU BAR



1 104 kcal (1本あたり)

SUSTAINABLE U.S. SOY

要冷蔵

OPEN

SEVEN I PREMIUM

柚子胡椒風味の豆腐バー
Tofu Bar with Yuzu & Chili Peppers

1本当たりたんぱく質 10g

TOFU BAR



1 104 kcal (1本あたり)

SUSTAINABLE U.S. SOY

要冷蔵


OPEN

SEVEN I PREMIUM

枝豆とひじきの豆腐バー
Tofu Bar with Soybeans & Hijiki Seaweed

1本当たりたんぱく質 10g

TOFU BAR



1 166 kcal (1本あたり)

SUSTAINABLE U.S. SOY

要冷蔵

OPEN

SEVEN I PREMIUM

おからと枝豆の豆腐バー
Tofu Bar with Soy Pulp & Soybeans

1本当たりたんぱく質 10g

TOFU BAR



1 178 kcal (1本あたり)

SUSTAINABLE U.S. SOY

要冷蔵

アサヒコが考える未来・世界への取り組み（1）

<従来の発想>

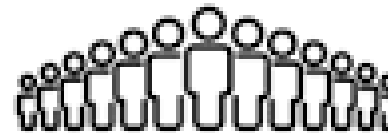
伝統的な食材



豆腐市場

<未来志向>

植物性たんぱく源



たんぱく質市場

定義変更

製造技術の活用

ユーザー拡大

可逆

SUSTAINABLE
U.S. SOY



エシカル消費（環境/生物多様性/人/地域など）

日本の食文化に根差した大豆製品を生かし
持続可能な原料で
人と地球にやさしい食を提供



ご視聴ありがとうございました