

# 「TOFU革命」の仕掛け人に聞く

植物性たんぱく質への注目度が高まる中、日本の伝統食・豆腐が劇的な変化の時を迎えている。

# 植物性たんぱく質の賢い摂り方

この「TOFU革命」をけん引するメーカーの仕掛け人に、豆腐をベースとする植物性たんぱく質の賢い摂り方を聞いた。



相模屋食料  
代表取締役社長  
鳥越 淳司さん

SUSTAINABLE  
U.S. SOY  
SSAP  
認証マークを  
導入



「弊社の豆腐が、サステナブルな大豆を使用した『サステナブルフード』であることをお客様にも知ってもらいたいと考え、まずは、『おだしやっこ』シリーズにSSAP認証マークを導入しました。本来、企業側が追跡しなければならない大豆の背景を、SSAP認証という形で提示してもらえるのはありがたい限りです」(鳥越さん)

## 「BEYOND TOFU」シリーズ 調味料やソースにも使えて アレンジ広がる植物性たんぱく質の世界

今までにない食感と味わいの豆腐として支持を得る「BEYOND TOFU」シリーズ。「女性向けのお豆腐」を意識して製品開発を進める中で、2014年にとあるファッションショーに出展したのが「BEYOND TOFU」シリーズの始まりです」と話すのは、相模屋食料代表取締役社長の鳥越淳司さん。

低脂肪の豆乳を使用し、発酵技術を取り入れてつくった「BEYOND TOFU」は、植物性100%でチーズのような食感を実現。削ったり溶かしたりして料理に加える「ブロックタイプ」と、一口サイズにカットした「キューブタイプ」(現在はオイル漬け)から始まり、その後、細かく削った「シュレッド」を販売。新たに油揚げと組み合わせピザとして楽しめる「BEYOND TOFU



BEYOND TOFU  
ブロックタイプ

BEYOND TOFU  
PIZZA 2.0

うにのような  
ピヨンド豆腐

BEYOND TOFU  
シュレッド

PIZZA 2.0)や、うにの香りと味わいを追求した「うにのようなピヨンド豆腐」など、ラインアップを拡充している。

「『BEYOND TOFU』シリーズは、熱を加えてとろけさせたり、他の食材と合わせてソースにしたりと、調味料的な使い方も楽しめます。発酵技術やだしを使うことで、調理をしても風味を損なうことなく、素材の味もしっかりと感じられる製品に仕上げているからです」(鳥越さん)。

### 原料へのこだわり

さらに、同社がこだわるのがサステナブルな原料調達だ。現時点では、人気の豆腐総菜「おだしやっこ」シリーズ6製品にSSAP認証マークを導入。「日本の伝統食である豆腐が、サステナブルフードとしての地位を確立する一歩にしていきたい」と鳥越さんは導入の意気込みを語った。

## 「TOFFU PROTEIN」シリーズ 植物性たんぱく質を摂る機会を増やしたい 「いつでも手軽に」で「賢く摂る」を実現



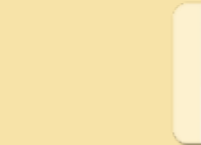
TOFU BAR

「数年前に米国でさまざまな『TOFU』(豆腐)に出会い、日本でも豆腐をもっと手軽に食べてほしいという願いから、製品開発が始まりました」とアサヒコの池田未央さん。その願いが形となったのが、2020年11月に発売された「TOFU BAR」だ。朝コンビニで「TOFU BAR」とコーヒーを買って会社に向かう……。池田さんが当初イメージしていた世界が少しずつ現実になりつつある。

「TOFU BAR」の発売後、「もっと植物性たんぱく質を摂る機会を増やしてほしい」という思いからスタートしたのが「TOFFU PROTEIN」シリーズ。最初にガバオやタコスなどの「豆腐のお肉」、「豆腐のごはん」といった商品を発売し、続けてスープ、デザートと展開した。



TOFFU PROTEIN  
豆腐のお肉 ガバオ



TOFFU PROTEIN  
豆腐のおやつ プリン



豆腐バー

豆腐バーは  
アレンジ  
いろいろ

「弊社では、一度豆腐を作ってから肉やごはんに加工します。豆腐の栄養をキープしつつ、冷めても脂が白く固まらないのでお弁当にも最適です」と池田さん。この6月からは同シリーズに新たに、スーパーなどでも買える「豆腐バー」も加わった。

### 原料へのこだわり

アサヒコでは、現時点で11製品にSSAP認証マークを付けている。「豆腐メーカーとして持続可能な世界を実現することが使命だと考えています。そのためにも原料である大豆から持続可能なものにしたい。それをお客様にも共有していただきたいと思い、導入を決めました」と池田さんは話す。



アサヒコ  
マーケティング本部  
池田 未央さん

「『豆腐バー』の味は2種類。そのまま食べてもいいのですが、『旨み昆布』はカットして生ハムで巻いたり(写真下)、『バジルソルト風味』はトマトと合わせてカプレーゼ風にする(写真上)とワインにぴったりのおつまみに、いろいろなアレンジを試してみてください」(池田さん)



「『TOFFU PROTEIN』シリーズの9製品と『豆腐バー』2種にSSAP認証マークを導入しています。豆腐メーカーとして原料へのこだわりはもちろん、持続可能な製品展開を考えて、弊社の主要製品である豆腐や揚げなど、可能なかぎり認証マークを広げていきたいと考えています」(池田さん)

SUSTAINABLE  
U.S. SOY  
SSAP  
認証マークを  
導入

## アメリカ大豆のサステナビリティ認証の 4つのルール

両社が導入した  
SSAP認証マーク



環境への負荷が少なく、サステナブルな方法で生産・管理された大豆であることを証明する認証制度で出荷先の要望に応じて輸出時に証明書を発行する。4つのルールに基づきサステナブルに生産された大豆であることを証明する認証マークも発行している。

- 1 生物多様性と生態系の維持**  
生産地域を制限して、森林を伐採せずに、生態系を守りながら生産する
- 2 サステナブルな生産活動**  
「保全耕起法」他の法律に基づき、輪作やGPS技術などを活用した精密農業を取り入れ、環境を守りながら生産活動を行う
- 3 生産農家の労働環境改善**  
労働者の健康と福祉に留意し、サステナブルな手法(無駄なエネルギーを使わない、肥料・農薬は最小限に正しく使う、水質を守る)で生産管理する
- 4 生産活動と環境保護の継続的改善**  
継続的な生産活動の改善と、環境保護の向上を目指す。これらの実現のために技術やデータを利用する

られるように仕上げていくので、さまざまな料理にアレンジして使っていただけるのが人気の要因だと思います」と話す。

また両社は、日本の食品業界において急速に広がるサステナブルな原料調達にもいち早く取り組んでおり、一部の製品にSSAP認証マークを導入。「サステナブルなルールを守って生産された大豆」であることを証明するこのマークについて、両社ともに「今後も導入商品を拡大したい」と意気込みを語った。

「TOFU BAR」で知られるアサヒコは、豆腐を主原料とした「TOFFU PROTEIN」シリーズも展開。肉の総菜やごはん、スープ、デザートまでそろえている。同社マーケティング本部の池田未央さんは「『TOFFU PROTEIN』というブランド名には、コレステロールや糖質、環境負荷をOFFし、植物性たんぱく質をINするというメッセージが込められています」と言う。

一方、「豆腐を超えたお豆腐」をコンセプトに、「BEYOND TOFU」シリーズを販売する相模屋食料代表取締役社長の鳥越淳司さんは、「BEYOND TOFU」は豆乳に発酵の技術を取り入れることで、植物性100%でチーズのような食感や味わい、使い方を再現した製品です。加熱などの調理をしても素材の風味がしっかりと感じ

## 製品から原料調達まで 豆腐の新时代が到来

植物性たんぱく質への注目が高まり、大豆由来の食品がますます多様化する中、豆腐にも変化が訪れている。これまでの常識を覆す豆腐ベースの食品を生みだし、まさに「TOFU革命」とも呼ぶべきこの変化をけん引するのが、老舗豆腐メーカーのアサヒコと相模屋食料だ。