

大豆セミナー

『今、国産大豆に期待すること』

アサヒコが求める大豆とは・・・

(株) アサヒコ生産企画部購買課
2025年2月3日

会社概要



<https://www.asahico.co.jp/>

会社名 株式会社アサヒコ

創業 1972年



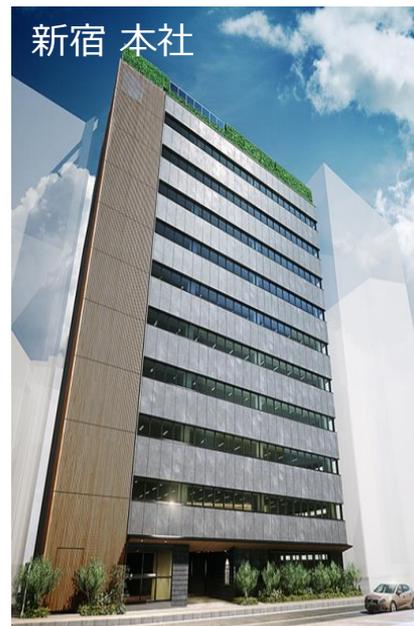
事業内容 豆腐/油揚/豆腐加工品の製造販売
韓国食品の輸入販売



資本金 9000万円

拠点
本社：西新宿
関西(営)：大阪市
行田工場 (R&Dセンター)
神奈川工場
月夜野工場
安曇野工場
アルプス大町工場

従業員数 492名 (2024年12月現在)



○ 営業所 (2)
● 工場 (5)

アサヒコの歴史

- 創業53年
- 豆腐業界のパイオニア

初



充填豆腐量産

初



賞味期限25日



「豆腐バー」発売

1972

1999

2000

2006

2015

2020

2021

2連豆腐発売

ALPS製法特許

賞味期限60日

「大豆・豆腐のお肉」発売

初



初

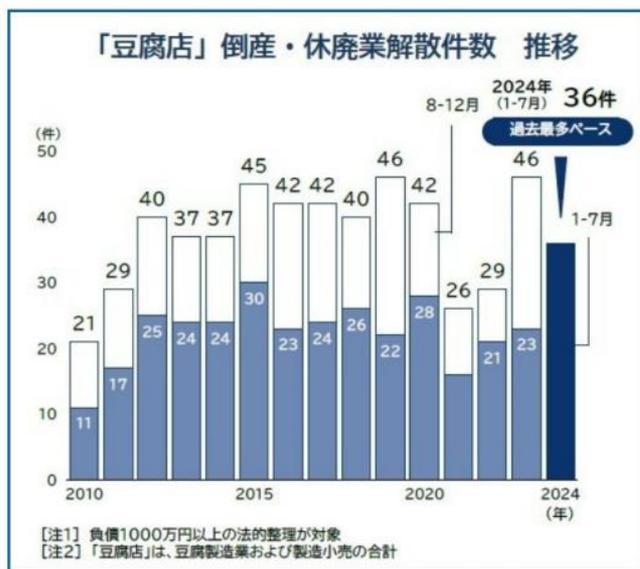


- 1 食用頻度の低下（豆腐を食べる人・機会の減少）
- 2 価格高騰による販売個数の低下

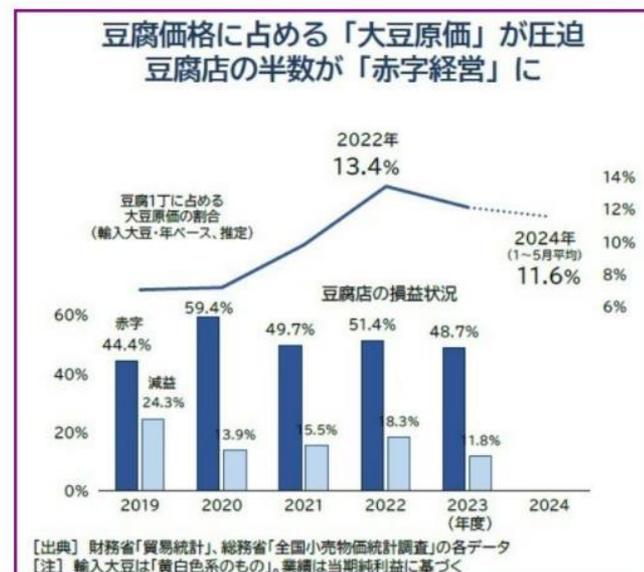
帝国データバンク（東京都港区）は、豆腐店の倒産動向について調査・分析を行った。
スーパーなど小売店向けにパック豆腐などを生産する豆腐店の倒産（負債1000万円以上、法的整理）と休業業は、7月までに36件発生した。前年同期の46件を上回るペースとなり、年間60件台に到達する可能性もある。

価格転嫁できない
中小企業の廃業・倒産

過去最多を記録



豆腐店倒産件数 推移（出典：プレスリリース、以下同）



豆腐原価の推移

- ・ 「豆腐の価値」を再認識できる商品の開発
- ・ 「豆腐を食べる人、機会」を増やせる商品・売場・売り方
- ・ 「価格」以上の「価値」の創出
- ・ 多様な食文化の継承

豆腐市場を変革する 新しい商品展開

- 50年以上で培った技術を生かした **植物志向製品** の展開

豆腐バー シリーズ



- 豆腐・あげ に磨きをかけ **産地の顔が見える** 商品作り

クラフト豆腐 ・クラフト揚げ

