

料理を格段においしく作れる豆腐の共同開発

食品メーカー

調理用豆腐

商品開発

女子栄養大学と株式会社三和豆水庵は、2018年に商品開発業務について締結しました。三和豆水庵は「男前豆腐」や「波乗りジョニー」でおなじみの豆腐メーカーです。学生たちが、新たな商品の企画・開発に携わりました。企画開始から完成まで7ヶ月間を要し、2019年3月に、共同開発した「女子大生が考えた料理を格段においしく作れる豆腐」の「鰹だし風味」と「チキンスープ味」が販売開始されました（2019年12月まで販売）。

おいしさにこだわった豆腐づくりに励む三和豆水庵の技術力と、食卓でもっと豆腐を楽しむために豆腐料理のバリエーションを増やすことに着目した学生の発想力から、生まれた商品です。

【活動内容】

● 料理のバリエーションが広がる新しい豆腐の共同開発

学生たちは、同社の全商品を知り、工場見学や豆腐づくりを実際に体験することから、開発をスタート。学生たちが実施した調査から豆腐を使った料理のバリエーションの少なさが浮き彫りとなり、料理に使いやすい新たな商品づくりに着手しました。企画からプレス発表会の実施まで、様々なプロセスを経て、学生の発想力と食品製造の基本と厳しさに裏打ちされた技術力によって、新商品が完成し、商品の特徴について企画開発の経緯とともに発信されました。

全商品を知る、続いて工場見学、豆腐づくり体験から学ぶ

今の豆腐に関するマーケティング調査、学生たちの自宅での食事の調査を実施

課題の発見・整理

開発に向けたアイデア出し
新商品づくりのコンセプトの明確化

納得のいく商品になるまで
何度も調整
(話し合い、試作の繰り返し)

新商品の完成

プレス発表会の実施

現状・課題

- ・豆腐料理のバリエーションが少ない
- ・週に1度程度しか食べない
- ・味噌汁くらいにしか使わないという若い女性層の悩み。

豆腐は塩分がなく、味付けで料理のおいしさに差がやすい。短時間で味をしみこませることが難しい素材。

豆腐料理を作る際に水切りが必要になるのも、不便。

消費期限が短くて買い置きに向かない。豆腐の1個が大きすぎる。

発想力で前進

洋風料理に使いやすい豆腐、和風料理に使いやすい豆腐と明確に分けることで、豆腐料理のバリエーションを増やす。

技術力で前進

あらかじめ豆腐に下味を施すことで、時短でもおいしい料理に仕上げることができる。

水切り不要、パックをあけたらすぐに使える。

比較的に持ちがするように、無駄なく1回で使いきれるように工夫。

(共同開発した「女子大生が考えた料理を格段においしく作れる豆腐」)

(おすすめレシピ)



チキンスープ味を使った豆腐ソースのカルボナーラパスタ



鰹だし風味を使った和風豆腐ハンバーグ



(新商品発売に関するプレス発表会) 企画開発の経緯についてプレゼンテーション

三和豆水庵の豆腐作りへのこだわり

大豆本来のもつ甘味とコクが楽しめる「男前豆腐」や湯葉特有のまったりとした食感を活かし、できたての味をそのままに豆乳で閉じ込めた「丹精 お刺身湯葉」など、素材の持つ特徴を生かしたおいしさを追求し続けている食品製造販売メーカーです。

安心、安全をモットーに日々お客さまの笑顔を求め食品づくりに励んでいます。

日本の伝統食品を通じて、お客さまに必要とされる、なくてはならない企業を常に意識しながら、日々努力し続ける会社でありたいと願い、当たり前のことを実直に実行し続ける姿勢を大切にしています。

女子栄養大学 浅尾貴子専任講師 (フードマーケティング研究室) からのメッセージ

学生たちは、お客様に近い感覚と目線で商品づくりに取り組みます。時流に合わせた食卓提案も得意です。近年は、食事シーンや家庭の調理事情が大きく変化し続ける時代フェーズに入りました。少しだけ先の時流にあわせた食卓を描きながら、企画開発指導をしています。

また、実際の食べ方や使い方などを提案することも商品開発の一環です。本件では調理例動画を10本作製し、販促の一端を担うことができました。