

# 蒸し豆シェア No.1の マルヤナギ小倉屋

豆・豆料理探検家 五木のどか

## ● 1951年、のれん分け創業

「おいしく、ま〜るく、すこやかに。」をスローガンに掲げる『マルヤナギ』は、蒸し豆や煮豆・佃煮などの製造メーカーとして神戸市に本社をおく。創業者の柳本一夫さんは昆布の老舗『小倉屋』に勤め、二十歳で独立。のれん分けを許され、1951年12月に神戸市灘区に創業した会社である。

現在も東灘区の本社1Fには、自転車を押す創業者の等身大模型が展示され、PR大使の「なかやまきんに君」パネルとともに出迎えてくださる。本社の入る自社ビル1Fには、商品を直売する『まめむぎマルシェ（誠味屋本店）』が入る。

2016年に社名を『小倉屋柳本』から『マルヤナギ小倉屋』に変え、蒸し豆を始めとする商品にはマルヤナギのロゴを表示する。関連会社として『誠味』『だいずデイズ』『Eat More Beans』も展開する成長企業である。

取材は、マルヤナギ小倉屋の柳本健一専務（43歳）に受けていただいた。2024年と2025年に神戸で開催された豆フォーラムでパネルディスカッションに登壇し、蒸し豆について熱く語っておられた印象深い人物だ。



創業者 柳本一夫さん



柳本健一専務

## ● 伝統食材の素晴らしさを、次の世代へ

マルヤナギでは蒸し豆や煮豆・豆デザート以外に、昆布や椎茸・フキなどの佃煮・蒸しもち麦・蒸し雑穀・牛蒡や芋類を使ったお惣菜・冷凍もち麦お

にぎりなど、日本の食卓に上がってきた食品を数多く製造販売している。

戦後の食生活の洋食化や外食率の増加、中食<sup>なかしょく</sup>の発達などにより、働く主婦（主夫）にとって調理に時間のかかる日本の伝統食材は、引き出しの奥にしまい込まれている。乾燥の豆を含め、わざわざ使わなくても食生活に支障を来たすことはないと言われ、素通りされる傾向もある。

マルヤナギでは「日本の伝統的な食材は食物繊維を始めとした健康価値の高い食材が多く、その健康価値やおいしさを次の世代に伝えていく」ことを大切にされている。「今の時代に合った製品を提供する」ことで、普段の食生活に上手に取り入れてもらうことを推奨。だからこそ、自分で水戻しして茹でたり蒸したりする手間を引き受け、栄養面を重視した調理法を開発し続けてきた。食べ方がワンパターンにならないよう、多くのレシピを公開するなど活用法にも心を配る。

### ●「蒸し豆」の特徴

そもそも蒸し豆は今でこそ周知の食材だが、その利点をいち早く集約して商品化～販路拡大に努めてきたのがマルヤナギ小倉屋だ。縦18cm×横13cmほどの袋に、豆そのものの味のものから少し甘味をつけたものまで様々な種類の豆を入れ、販売価格が同じになるよう調整し、10商品以上を販売する。加熱殺菌調理され、賞味期間は製造日を含む90日間常温保存が可能で、持ち運びやすく容器のゴミ処理もしやすい。

例えば「おいしい蒸し豆 蒸し大豆」の1袋の標準小売価格は税込み153円で、およそそれを下回る価格で煮豆・佃煮コーナーに並んでいる。生鮮食品のように天候により売価が変動することなく、袋の裏面に豆料理レシピが表示され、その他のレシピにつながるQRコードも載る（2026年4月時点）。

豆料理の入り口としてこの上ない商品だと思い、これまで多くの方々に紹介してきた。

袋を開けたら水洗いなしでそのまま使うことができ、乾物の豆どころか枝豆やえんどう豆のような野菜に分類される豆より格段に手間をかけず、料理に活用できる。サヤが無いから生ゴミが出ず、1晩水浸けする手間もなく、茹で時間不要で調理に用いることができ、サラダなど生で食べる料理には開封するだけで混ぜて食べることが可能。極論を言うと、開封したままつまんで、おやつのように食すこともできる。

マルヤナギの売れ筋商品で、最も消費量が多いのは蒸しサラダ豆だ。大豆・青えんどう・赤いんげん（レッドキドニー）・黒大豆・ひよこ豆の5種が70gの中に彩り良くミックスされている。「内科医100名が評価」「99%の医師が推奨」※の文字が、「たんぱく質&食物繊維がとれる！」より先に目に入る。

※AskDoctorsマークとは、エムスリー株式会社が、登録医師による商品やサービスの評価を行い、一定の基準を満たした場合のみ付与される認証マーク。「おいしい蒸し豆」シリーズは、2025年11月に実施されたAskDoctorsの評価において、内科医100名中99%の推奨意向を獲得し、「AskDoctors医師の確認済み商品」マークを取得。

蒸し豆は「おいしい蒸し豆」「大容量蒸し豆」「おやつ蒸し豆」でシリーズ分けされ、豆商品としては煮豆以外にも豆と寒天を合わせたデザート「豆ふるる」など、幅広い商品展開だ。

マルヤナギ製造品が、市場の70%を占める蒸し豆シェアNo.1（2025年1-10月調べ）なのもうなずける。

※蒸し豆メーカーシェア：KSP-POS全国2025年1-10月 煮豆カテゴリーデータをもとにマルヤナギ小倉屋にて調査。NB商品とグループ会社商品、マルヤナギ製造のPB商品の合計。

ちなみに「蒸し黒豆」は60g、大豆・黒大豆・輸入豆3種が入る「蒸しサラダ豆」は70g、トヨムスメの「蒸し大豆」は90gが1袋の内容量でいずれも同じ売価となっている。2026年4月時点では、原価の違いを内容量で調整し、均一価格で販売。「スーパーに並ぶ日常の食を支えたい」という考えが、消費者マインドをとことん尊重する。



おいしい蒸し豆シリーズ3種



直売店「まめむぎマルシェ」

### 「蒸し豆」に込める社会貢献の意義

蒸し豆の開発は、2000年頃より始まった。当時は煮豆が市場の中心となっていた中で、「高い温度で長時間、高熱でボイルする水煮大豆を、もっとおいしくできないのか？」と考え、蒸し豆開発の原点となった。

大豆から始まった開発は、黒大豆、小豆、輸入物のひよこ豆や青えんどう、赤いんげんと増えていった。水洗いした豆を最適な状態まで水戻しし蒸すことで、家庭で水煮にした豆と比較し、賞味期限を伸ばすことができる。密封後に加熱殺菌を行うことで、調理後の温度変化や雑菌による腐敗の影響を受けにくい。常温配送ができることも、安価に流通させるには不可欠だ。

豆により戻し時間や蒸し時間を変えて、最適な食感に仕上げる。種類の異なる豆をミックスした蒸しサラダ豆は「豆ごとに事前の下処理を変えて仕上がりの食感が最適になるよう調整し、彩りや分量を決めて比率合わせし袋に詰めています」という手間のかけよう。

マルヤナギの蒸し豆に惹かれる由縁は、この仕上がりの食感にもある。缶詰や紙パックで販売されている豆のように、豆のデンプン質が流出してドロドロした中に豆粒が浸ることがなく、瓶詰め製品や豆の甘煮製品特有の介食のようなヤワヤワ食感は無い。

水煮にすると茹で汁に流出する栄養素や豆の旨みは、蒸すことで豆粒の中に濃縮され、水煮より「濃い豆の味」に感じる。手間をかけずに少量使いがで、味・食感ともにおいしい蒸し豆が受け入れられないはずがない。



おやつ蒸し豆シリーズ そのまま食べられる「ほの甘」「うま塩」仕立て



寒天デザート 豆ふるる あずきはミルクと抹茶味の2タイプ。希少な紅大豆は紅茶味が絶妙

## ●業界シェアNo.1の気概

蒸し豆は2004年の発売開始から10年は、利益のとれる事業ではなかった。それでも事業を断念することはなかった。「蒸し豆は水煮より価値があると感じて製造を続けました。生産性を上げたら利益が出るようになる」と考え、販売量を増やすために社員が店頭で試食販売を続け、この20年間に5,600店舗で実施しました」と、柳本専務にお聞きした。

一時期はマルヤナギの従業員が、毎日どこかで試食販売を行っていた。その積み重ねが、2016年頃からの蒸し豆販売額急増につながった。2018年までは水煮豆のほうが蒸し豆より販売額が多かったが、その後、蒸し豆の販売額が水煮豆を上回るようになり、2025年には圧倒的な差を出している。

2016年は国連の定める「国際豆年」であり、私が初めてマルヤナギ「おいしい蒸し豆」の蒸し大豆・蒸しサラダ豆・蒸し黒豆を口にした時期である。あの頃は、売っている店を探して買いに行っていたのだが、今ではおおかたの食品スーパーで蒸し豆が手に入るようになった。

柳本専務いわく「自分も試食販売を何度も経験しました。来店客数が1日に400～450人の店舗で、日に700パック販売したのが最高記録です」「無人販売だとせいぜい1日に10パックほどの販売数の店に、自分が試食販売で行くから300パック仕入れてください、と事前交渉したようなこともあります。700パック売るためには、店舗に700パック以上ないと販売できませんから」と、笑っておられた。

栄養価が高く、おいしくて手間いらずに使える蒸し豆は、今や自社売上構成で煮豆や佃煮と肩を並べる事業に拡大したという。



売り場に立つ柳本専務

## ● 原材料へのこだわり

蒸し豆には北海道産・山形県産などが使われ、別ブランドでは稀少な有機栽培の小豆や大豆も使われている。ひよこ豆や青えんどう・赤いんげんなど、主にアメリカやカナダから輸入する豆に比べ、国産比率のほうが高い。

安定した材料調達のために担当者が産地に出向いて生産者と話し、畑を見て播種前から買付けの契約を交わすことも行うとお聞きした。「おいしい蒸し豆 蒸し大豆」には北海道産のトヨムスメを、味わいとサイズ感・価格のバランスで選ばれた。雨風に弱く、コンバイン収穫がしづらい育てにくい豆だそう。栽培しやすい品種の大豆もあるが、蒸し豆にしたとき旨みが強く感じられるトヨムスメに限定して仕入れる。

小豆は北海道産で、大豆に比べ安定供給が年々大変になっている。特に別

ブランドで販売する有機栽培の小豆は品薄傾向が続いている。「おいしい」に誠実に、安心安全と安定価格に気を配りながら蒸し豆シェアを伸ばしてきた。自社サイトに原料産地検索システムも取り入れ、消費者や卸先に情報公開している。

北海道産の小豆や大豆が兵庫県で蒸し豆に加工され、北海道でも販売されている。昨夏、旭川エリアの販売店で関西と同等の価格で売られているのを見つけたときは、往復運賃を考えると信じられない気がした。大量に販売するための流通網の成せる技なのだそう。

### ● 稲盛和夫さんとマルヤナギフィロソフィー、社内外への取り組み

マルヤナギ小倉屋の柳本一郎会長、柳本勇治社長、そして健一専務、3人も盛和塾で経営学を学んできた。会長と社長は30年来の塾生であり、故・稲盛和夫さんと膝を突き合わせ叱咤激励を受けながら経営問答を重ねてきた。それが今の「マルヤナギフィロソフィー」につながっている。会社の社会的意義と社員のやりがいや心のありようを確認し、皆で心を一つにして進んでいく旗印となり、企業経営を下支えする。

2012年には6月4日を「蒸し豆の日」として制定し、2017年に食育ソング「～むしだいずのうた～ むしまめ まみむめも」を公開。2019年に「伝統食材の素晴らしさを、次の世代へ」をミッションとして調え提唱してきた。蒸し豆は今や、マルヤナギの代名詞として周知された感がある。



直売店でも蒸し豆の食育ソングが流れていた



マルヤナギスタッフは会社内で、もち麦と蒸し豆を無料で食べることができる

### ● PB商品と蒸し豆の海外展開

蒸し豆は全国のスーパーマーケットと直営店・まめむぎマルシェ、自社オンラインショップ、他いくつかのネットスーパーで販売されている。生協を

始めとする数十社のPB商品を作り、日本各地に蒸し豆を届けてきた。

2019年には米国法人 Maruyanagi Foods North America を設立し、『Eat More Beans』の名で豆類を中心とした加工品の販売と輸出入事業を行う。こちらは、マルヤナギ小倉屋の柳本健一専務がCEOとして指揮を執る。蒸し豆は「STEAMED BEAN SNACK」として販売。とうふ・みそ・しょうゆと並び、蒸し豆もまた日本らしさを伝える食品として、広く海外に知られていくことだろう。

マルヤナギの蒸し豆レシピで、麻婆豆腐やキーマカレーを作るようになった。豆は袋を開封するだけでそのまま使用できるが、ほかの食材や調味料に関しては食材を切ったり、調味料を合わせたりして、麻婆豆腐の素やカレールーに頼らないレシピ。「魚介と蒸し大豆の地中海風炒め」や「蒸し黒豆のスムージー」「あずきラテ」など、気になるレシピも多数見つけた。伝統食材と現代の暮らし、和と洋、おいしい笑顔、そこに「豆」があることがこの上なくうれしい。

蒸し豆の発売から22年目、真価を信じて製造販売を続けてくださった最初の10年と蒸し豆愛に、敬意の念を深くした。

※文中の表示価格・内容量はすべて、2026年4月時点のものです。



#### マルヤナギ小倉屋

神戸市東灘区御影塚町4-9-21

TEL 078-841-1456

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