

そこで気づかされたこと

相模屋 

おとうふには
その地方地方に
【独特の豆腐文化】があり

それを支える
【特有の豆腐づくり】がある。

そこで気づかされたこと

その地方の
豆腐屋さんが
なくなる



その地方の
豆腐文化が
なくなる

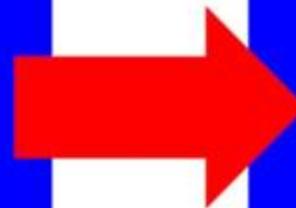
そこで気づかされたこと

豆腐屋さんの
救済

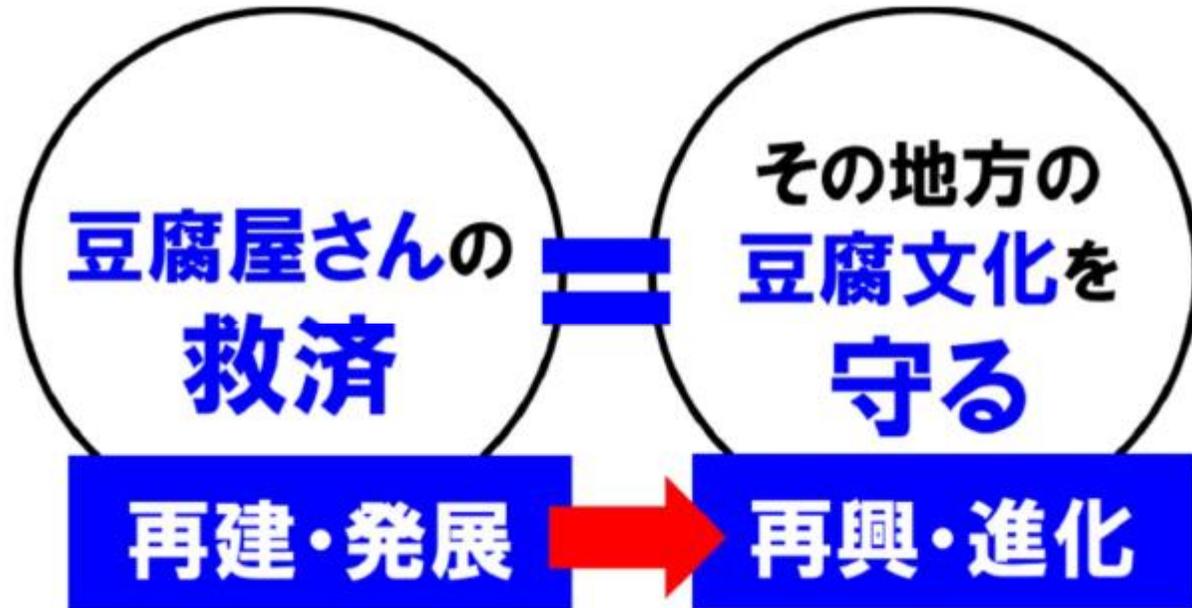
=

その地方の
豆腐文化を
守る

再建・発展

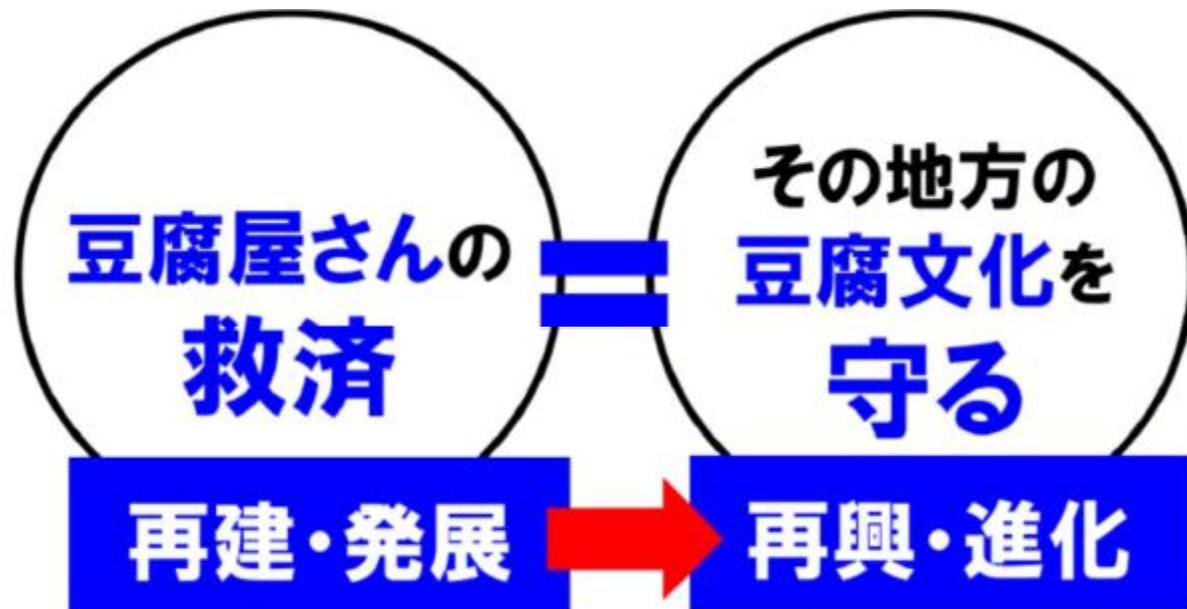


再興・進化



私たちの取組みの主軸

**その豆腐屋さんのもつ
その土地独特の“強み”を
発掘し再興する**



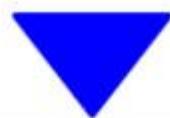
私たちの取組みの主軸

その実現には

地産の国産大豆が必須

国産大豆の 豆腐業界における位置づけと 相模屋の挑戦

**豆腐業界における
国産大豆の利用拡大
相模屋が劇的に増やせるワケ**



**国産大豆ブランドの
PRポイント再構築
～お客様ニーズの創出～**

国産大豆使用豆腐の Re:ブランディング

既存の 価値観

大豆の価値訴求一辺倒

国産大豆使用
だからいいもの

国産大豆使用
だから安心

あるべき 価値観

おとうふの価値訴求

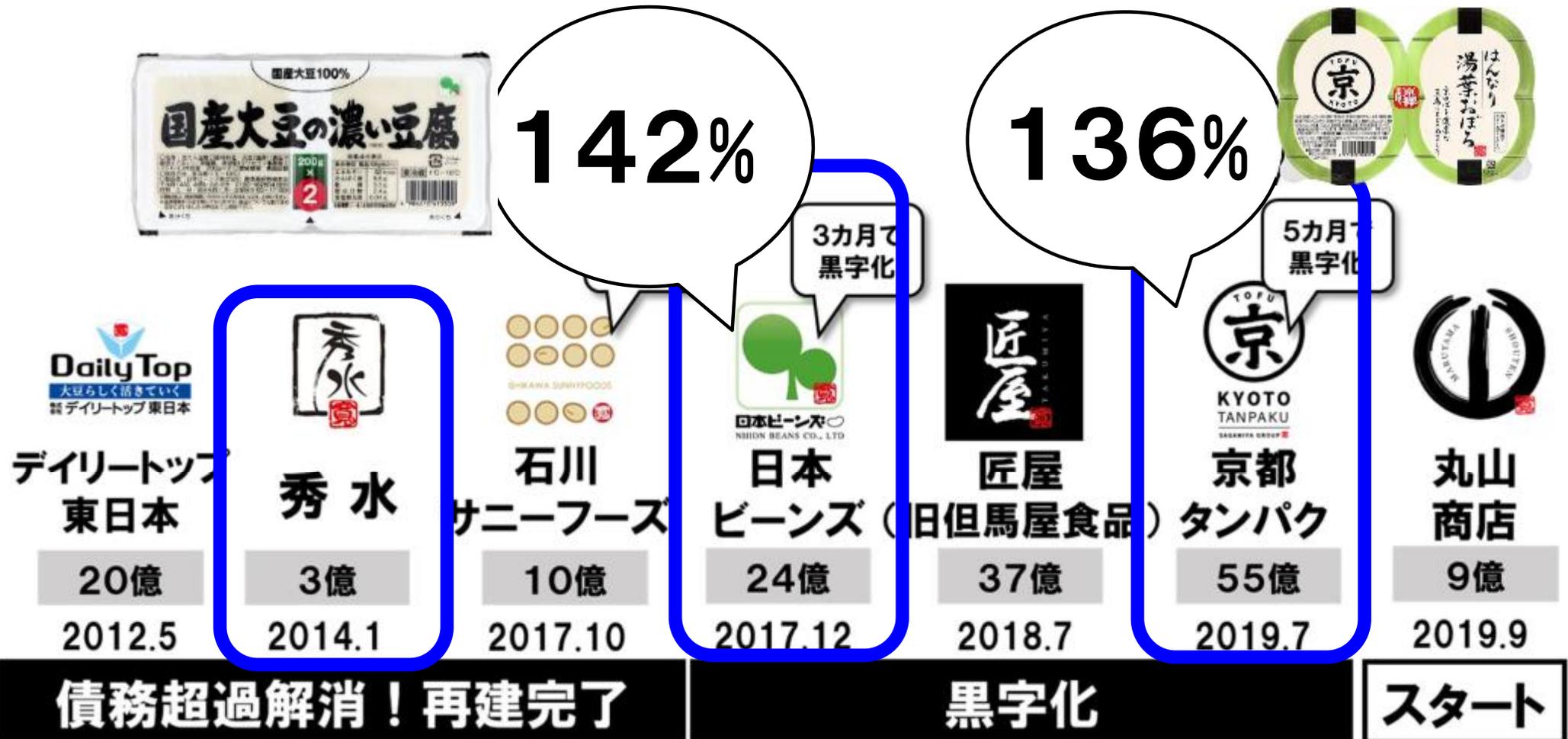
おいしい。



そのワケは
国産大豆を
使用しているから

農業競争力強化支援法認定後 国産大豆利用グループ化前比

救済M&A ⇒ 国産大豆の振興



救済M&A ⇒ 国産大豆の振興

国産大豆にこだわった豆腐メーカーの 商品魅力の向上・拡販



デイリートップ 東日本	秀水	石川 サニーフーズ	日本 ビーンズ	匠屋 旧但馬屋食品	京都 タンパク	丸山 商店	もぎ 豆腐店	日の出	ギトー食品
20億	3億	10億	24億	37億	55億	9億	12億	8億	17億
2012.5	2014.1	2017.10	2017.12	2018.7	2019.7	2019.9	2022.3	2023.2	2023.2
債務超過解消！再建完了				黒字化				新加入！	

おいしいおとうふ

おいしさのヒミツは
国産大豆!
の実現!