

手作り豆腐製造の衛生面向上と、それに伴う 販路拡張のための設備導入

Products

取扱い商品

良いものをできるだけ多く、できるだけ安く提供する
有限会社 近藤豆腐店

【豆腐】



【おぼろ豆腐】



【その他製品】



【揚物】



【その他大豆製品】



BackGround

事業化にいたる経緯・背景

【豆腐類の生産量は過去 20 年間横ばい傾向も、販売額は 3 分の 2 まで減少】

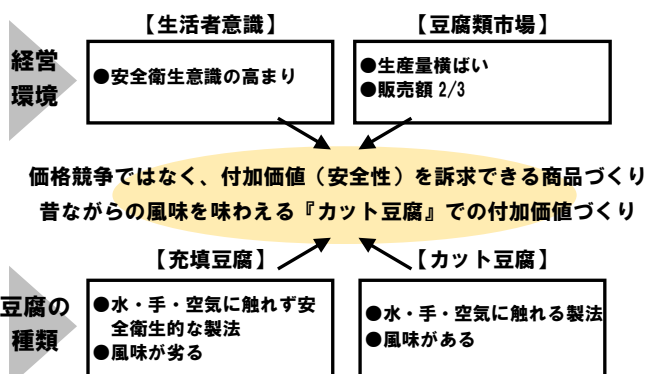
豆腐類の生産量は過去 20 年間、横ばい傾向である。一方、販売額は 3 分の 2 まで減少している。大手企業が市場・流通を支配し販売価格は抑えられている。非価格競争力、自分だけの個性を発揮し、安売りせずに商品価値を高める努力をしなければ市場で生き残れない。

【安全性の確保が生活者ニーズのポイント】

食品は日々の暮らしに不可欠なものであるが、最近では B S E (牛海綿状脳症)、鳥インフルエンザ、食品偽装表示など「食」への信頼が揺らぐ問題も起き、食品の安全性の確保について、多くの生活者が高い関心を持つようになった。

【『カット豆腐』の安全衛生管理の向上を目指して】

すべて機械の中で製造され細菌数も抑えられるが、本来の豆腐の風味を出しきれない『充填豆腐』ではなく、水・空気・人手に触れて製造され、昔ながらの風味が味わえる『カット豆腐』において、いかにより安全に衛生に管理していくかが、当社の目指す方向であり、その実現化のために、本事業に取組んだものである。



有限会社 近藤豆腐店

■設立 平成 11 年 6 月
■事業内容 豆腐及び豆腐関連製品製造、販売
■本社所在地 奈良県天理市富堂町 218-7
■URL <http://www.kondou-touhu.co.jp/>

■資本金 1,000 万円
■従業員数 32 名
■TEL 0743-63-6662
■E-MAIL kondou_touhuten@nifty.com



■代表者 代表取締役 近藤 芳嗣

当社は、1950年に起業。国産大豆使用率100%と、伊豆大島産海精ニガリを使用した、こだわり豆腐・揚げ物類をリーズナブルな価格で販売。常に本物の美味しさ、そして食の安全を求め続け、お客様に満足いただける商品をご提供し続けます。

Contents

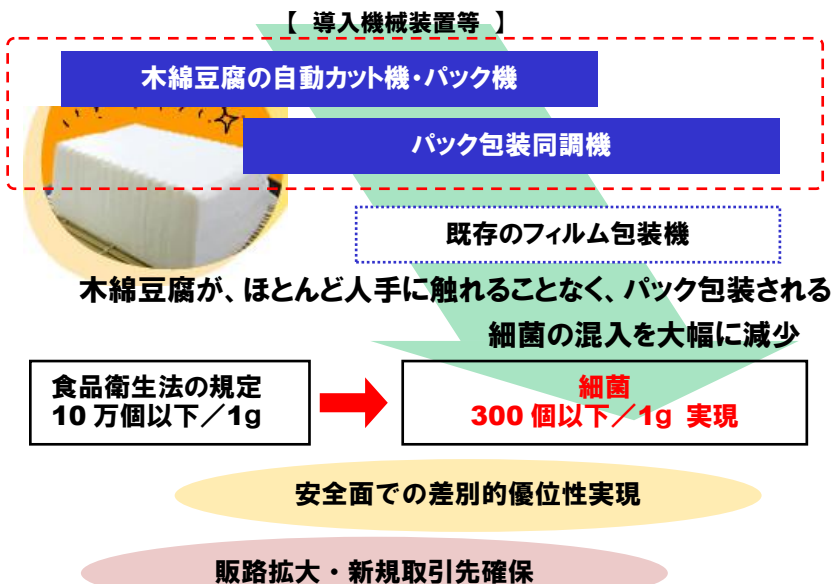
事業の概要・成果

- 木綿豆腐が、ほとんど人手に触れることなくパック包装される製造工程が完成
- 安全性が益々向上し生協等への取引拡大、安全性を重視する高齢者福祉施設等への納入も狙う

木綿豆腐の自動カット機・パック機、既存のフィルム包装機との同調機を導入し、木綿豆腐が、ほとんど人手に触れることなくパック包装できるようになった。

その結果、食品衛生法の規定（細菌10万個以下／1g）を大幅に上回る細菌300個以下／1gを実現し、安全面での差別的優位性を確保。

出荷基準の厳しい生協との取引開始、既存納入先小売店への取引量拡大、さらに新規ルート（高齢者福祉施設、学校等）開拓も視野に入ってきた。

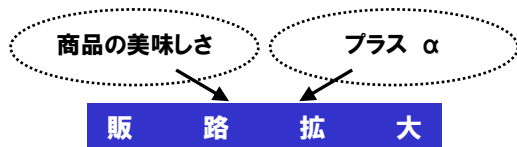


Task

事業化における課題

課題 販路拡大へは美味しさだけでは不足

国産大豆や伊豆大島の「海精にがり」等素材へのこだわり、高い豆乳濃度や、製造直後の熱い豆腐をすぐパック詰めし、冷水で急速冷却するホットパック方式等により味・風味には絶対の自信があり、今回の設備投資でさらなる安全性も確保したが、販路を今以上に拡大していくためには、味・安全性だけでは足りないと感じている。



Solution

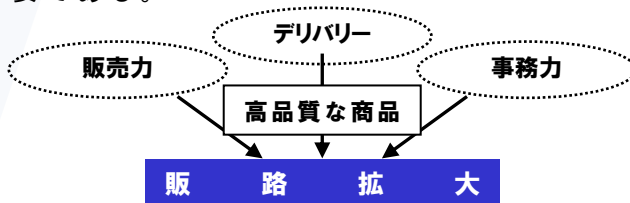
解決への道筋

施策 総合力（自前主義）が必要

当社の経営理念のひとつである「自前主義」は、自己責任と非委託の徹底。

作り上げた商品は、自らの販売力、デリバリー力、そしてマネジメント力（事務力）等が備わって、初めてお客様に満足してもらえるもの。

商品だけでなく、企業としての総合力が重要である。



Future

今後の事業スケジュール

【新設備による木綿豆腐年間売上】

● 1年目：2,500万円目標 ● 3年目：3,000万円目標 ● 5年目：3,700万円目標

【年間総売上】

● 1年目：2億3,000万円目標 ● 3年目：2億6,500万円目標 ● 5年目：3億3,000万円目標

豆腐の匠 近藤豆腐店