

## 会社情報

設立 平成12年  
従業員数 20名  
代表者 岡内 宏樹

# 株式会社 豆太

## 無添加・安心・安全にこだわった とうふなどを製造販売

とうふなどの市場は人口減少や食生活の洋風化などで、減少傾向に。デパートや大型スーパーに卸売をメインとする(株)豆太は、ここ数年売上の横ばいが続いていた。



代表者  
岡内 宏樹

### 自分自身が 整理されました

これまでお願いしていたデザイナーさんとはタイプが異なるクリエイターさんと出会えました。この出会いによって、新しい着想をいただきました。自分自身が整理され、方向性がはっきりと見えた思いがします。



住宅街にある工場直売所では小売を実施

## 「豆太」から「MAMETA」へ ～クリエイターと共にリブランディングへ挑む～

### ブランドイメージに迷いながら

岡内宏樹社長は商品改善の必要性を痛感していた。課題は、大手スーパーなどへの売上依存度が高いこと。現状以上の取引拡大も期待できず、収益の向上も見込めないことだった。そこで、現在の主力商品であるとうふや揚げに代わる新商品の開発を進めること。BtoBからBtoCへと販路を小売に変えることで、売上や収益の増加を図りたいと考えていた。新商品の開発と小売販売に向けた準備をする中で、ブランドイメージをどの方向性を持っていくか、岡内社長は悩んでいた。20年近く自社商品は、筆文字書体と白と黒を基調とした「和」のデザインで統一されていた。結果、それなりの認知度もあった。しかし、今後の新商品は原料はこれまでと変わらないものの、大豆コーヒーや豆乳ヨーグルト、シフォンケーキといった「洋」の分野の食材。従来の延長線上の「和」のイメージでいくか、カテゴリーに合わせて「洋」のイメージに切り替えるか。あるいはその折衷案にするべきか。迷っていた。

### クリエイターのコンサルティングに活路を見出す

そんな中、本事業を知り応募。一般財団法人さっぽろ産業振興財団のコーディネーターを仲介して、2人のクリエイターを提示された。その中から1人を選んでマッチングが開始。岡内社長は「単なるデザインだけではなく、基本的なコンセプトを明確にして事業を捉え、それをロゴやパッケージデザインとして具現化していくという姿勢に好感が持てた。長くお付き合いして頂けるのではないかと思った」と話す。クリエイターと取り組み始めたのは、今後の全社戦略に関わる基本ブランドガイドラインの策定だ。コンサルティングは1回2時間程度を合計6回実施。数十ページにもわたる資料が作成され、ついにブランドアイデンティティが提示された。

今後は、策定された方向性に則って商品パッケージの制作や、オンラインショップの企画と運用が予定されている。とうふの原料である大豆にスポットを当て、「大豆の未来をつくる」をコンセプトに、岡内社長は第2の創業として高揚感を感じながら、確かな未来を見据えている。



全国豆腐品評会で金賞を受賞するほどの味



道産大豆と天然ニガリ、手稲山系の伏流水からつくられる

札幌市手稲区富丘2条5丁目9-30  
TEL 011-691-8318  
FAX 011-694-3435  
<https://mameta.jp/>

