

商品やサービス、社内制度に「遊び」を取り入れることで、知名度アップや従業員満足度の向上につながる場合がある。柔軟な発想が、あつと驚くアイデアを生み出し、成長の起爆剤にもなり得る。そこで今号では、「遊び」によって成果を挙げた企業の事例を紹介する。

特集

取材・笠井 尚紀
末永 政和
麻生 寿
高橋 光二

成長のカギは遊びにあり

伝統食材とガンダムのコラボで豆腐市場を席卷

昭和26年に「まちの豆腐屋さん」として創業した相模屋食料。おいしさをとことん追求するだけでなく、ユニークな商品開発で豆腐業界トップに駆け上がった。昨年は「おとつふをおもしろくする！」をコンセプトに人気アニメ「機動戦士ガンダム」に登場するモビルスーツ（人型兵器）の頭部を模した豆腐が大ヒット。平成21年には売り上げ100億円企業となった。

豆腐のイメージを変える商品を開発

「おとつふをおもしろくする！」というの、楽しい・びっくり・ワクワクといった、いろんな思いを込めたものなんです」と切り出すのは、自らをガンダム世代と語る相模屋食料代表取締役社長の鳥越淳司さん。豆腐の存在感をもっと高めたい——そんな思いを凝縮させたコンセプトについて、こう続ける。「豆腐は日本人なら誰もが口にすることがあるはず。でも、あまりに

も身近なせいか、空気のような存在になっていることを残念に思っていました。味の印象は薄く、しょうゆ味なんてイメージさえある。それを何とかして変えたかったんです」

伝統食材と人気アニメの「合体」も、この思いから生まれたものだが、実はそれ以前にも従来の常識を打ち破る商品を開発している。例えば、「豆腐業界初となる、もっちりとした食感が好評を博した「焼いておいしい絹厚揚げ」。厚揚げの原料はそれまで、豆腐同様に大豆、水、にがりと決まっていた。その常識を覆し、もっちり感を出すためにタピオカデンプンを原料に加えたのである。同業者からは邪道と非難されたものの、平成21年の発売以降、二度のモデルチェンジを経て、23年には日本食糧新聞社制定の第30回食品ヒット大賞優秀ヒット賞を受賞。今や同社の看板商品の一つとなっている。

自身もガンダムのファンで、「いつか関わりたい」と考えていた鳥



◀ホームページの商品紹介ページは、コックピットをイメージ。商品PRにもこだわりが感じられる

▲豆腐売り場に衝撃を与えた「ザクとうふ」。男性という新たな購入層を獲得した

相模屋食料

群馬県前橋市