TDB Business View
2026/11/09

豆腐店の 4 割が「赤字」「値上げだと売れない」倒産・廃業も増加

「特売の目玉」が経営圧迫
適正価格への転嫁進まず苦戦

「豆腐店」の倒産・休廃業解散動向（2026 年 1-10 月）

帝国データバンク

本件照会先

飯島 大介（調査担当）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343（直通）
情報統括部：tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日
2026/11/09

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

スーパーなど小売店向けにパック豆腐などを生産する「豆腐店」の倒産（負債 1000 万円以上、法的整理）と廃業は、2026 年 1-10 月に計 39 件発生した。このうち倒産は 11 件と既に 2025 年通年の件数に並んだ。全体でも輸入大豆の高騰で収益環境が急速に悪化した 2023 年（計 46 件）に迫る水準となった。

株式会社帝国データバンクは、「豆腐店」の倒産・休廃業解散発生状況について調査・分析を行った。

［注］

集計期間：2026 年 1 月 1 日～10月 31 日まで

集計対象：倒産：負債 1000 万円以上の法的整理

休廃業・解散：特段の手続きを取らずに企業活動が停止した状態を確認（休廃業）、もしくは商業登記等で解散（ただし「みなし解散」を除く）を確認した企業（休廃業・解散とは、倒産（法的整理）を除く）

豆腐店の 4 割が「赤字」「値上げだと売れない」厳しさ鮮明

卵やもやしと並ぶ「物価の優等生」として食卓を支えてきた豆腐が、値上げによる客離れとコスト高に苦しんでいる。スーパーなど小売店向けにパック豆腐などを生産する「豆腐店」の倒産（負債 1000 万円以上、法的整理）と休廃業・解散（廃業）は、2026 年 1-10 月に計 39 件発生した。このうち倒産は 11 件と、既に 2025 年通年の件数に並んだほか、輸入大豆の高騰で事業環境が悪化した 2023 年（計 46 件）に迫る。

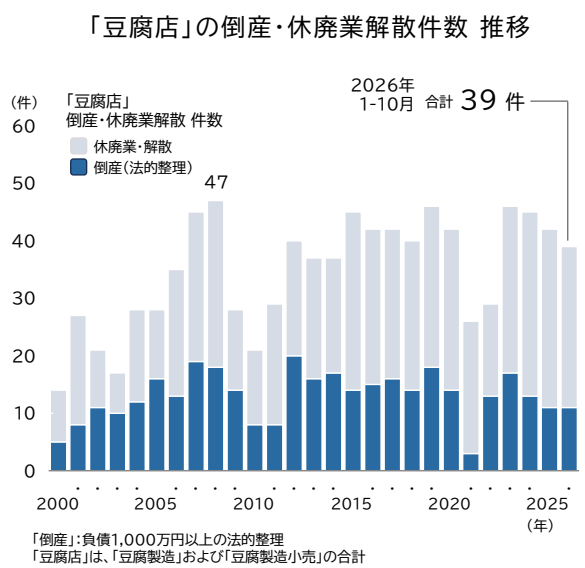
豆腐メーカーの収益は、主にスーパーなど量販店向けのパック豆腐と、油揚げ・厚揚げなどの関連製品で構成される。ただ、主力の量販店向け商品は価格決定力が弱いうえ、日常的に購入される豆腐は、物価高で集客に苦戦するスーパーにとって特売の目玉となりやすい。大手スーパーを中心に安価なプライベートブランド（PB）商品の開発が進んだほか、同業他社との競争激化を背景とした値下げ要請や、仕入れ先変更による取引打ち切り、販売数量の減少などに直面し、売り上げを落とす事業者が少なくない。実際、2025 年度決算における豆腐店の約 4 割が赤字で、前年度からの減益企業を含めると、業績が悪化した企業の割合は 6 割に迫るなど、業績面でも厳しさが続く。

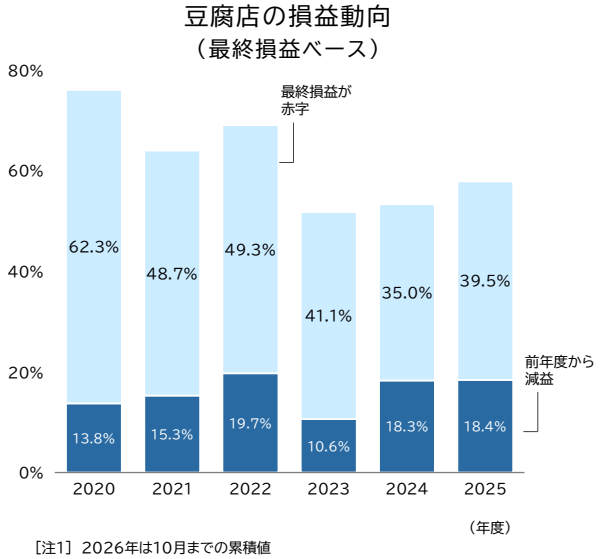
背景には、主原料である大豆の輸入単価が、円安の影響もありコロナ禍前から 6 割以上上昇したほか、電気・ガスなどエネルギーコストの高止まりがある。加えて、2026 年にはインク不足による「白黒パッケージ」に象徴される資材不足も重なり、薄利体質の豆腐店の収益を圧迫した。そのため各社は持続可能な「適正価格」の実現に向けた値上げを進めてきたものの、消費者の節約志向を背景に販売数量がさらに伸び悩み、価格転嫁だけでは十分な利益を確保しにくい状況が続いている。

こうした経営環境から事業を畳む豆腐店も相次いでいる。玉川食品（香川、10 月破産）は、得意先の PB 商品との競合で豆腐や油揚げ、厚揚げの販売量が伸びず、得意先が仕入れ先を変更したことなども響いた。森茂（福井、9 月破産）も、大豆など原材料価格の上昇で収益性が低下したうえ、取引先からの値下げ要請や総菜分野での競合激化で採算が悪化し、事業継続を断念した。

足元では、新商品の開発や国産大豆の使用といったブランド化など、高付加価値・高単価化で苦境を打開しようとする動きもある。ただ、節約志向のもとで「安さ」が求められる環境では、それだけで業績を立て直せる企業は限られ、長年の低収益で設備投資の余力も乏しく、生産ラインの故障で欠品や減産に追い込まれるケースがみられる。安値で食卓を支えてきた「物価の優等生」の看板の陰で、豆腐の適正価格への理解が進まなければ、豆腐店の倒産や廃業はさらに増え、将来的に豆腐の安定供給が揺らぐ可能性がある。

「豆腐店」の倒産・休廃業解散動向と背景





「豆腐店」の倒産・休廃業解散動向（2026 年 1-10 月）