

復興への
歩みの中で
生まれた

人気商品の 開発秘話

東日本大震災から10年。その間、福島・宮城・岩手の被災地の企業は、復興に向けて地道な活動に取り組んできた。地元の特産品を使った新しい商品の開発やブランド化、海外を視野に入れた取り組みなどにより、いくつものヒット商品を生み出している。人気商品7品の開発秘話を紹介する。

※断りがある場合を除き、商品の値段はすべて税込(10%)です。最新の情報は各企業にご確認ください。

新規の
ブランド
立ち上げ

事業内容の
発信・PR

福島県福島市

ももがある ももふる



冷凍で長期保存可能。旬が短い桃のさまざまな品種の香りや食感を、年間通して楽しめる。5品種セット2,150円

人気の理由

規格外で出荷できない完熟桃を、瞬間冷凍した新感覚スイーツ。桃本来のみずみずしさや甘みを生かした加工を行っており、食品添加物は不使用。世代を問わず安心して食べることができる。さまざまにアレンジしても楽しく、半解凍でそのまま味わっても美味。

「もったいない！」の視点が生んだ、 フードロス削減と特産品PRの相乗効果

東日本大震災後、出荷できず畑に積まれた完熟桃に出合った代表取締役の齋藤由美子氏。「もったいない！」との思いから、福島の特産品である桃を無駄なく生かす方法を試行錯誤し、「ももふる」が誕生した。

デリケートな桃は出荷基準が厳しく、早摘みが必要。木になったまま完熟した桃が一番おいしいのに、規格外として畑の肥やしにせざるを得ない。その完熟桃を瞬間冷凍により、まるで生のようなおいしさで一年中いつでも楽しめる商品に仕立て上げた。フードロス削減を目指す商品コンセプトへの支持もあり、売り上げの8割を占めるヒット商品となった。材料の完熟桃は適正価格で仕入れ、農家とのつながりも広がった。

「福島の桃をPRするための商品でもあるので、行く先々で福島のことや桃をはじめとする農業について話すようになり、いつの間にか福島を代表して伝えるという役割を担う機会が増えてきているように思います」と語る。「もったいないこそ価値あるブランド」をコンセプトに、桃以外の果物を使った商品の開発にも、フードロスを無くすべく積極的に取り組んでいる。

株式会社ももがある

所在地 福島県福島市田沢字木曾内前6-8

TEL 024-547-3888

WEB <https://momogaaru.co.jp/>

既存の
ブランド化

作業効率・
生産性向上

人材育成

宮城県山元町

GRA ミガキイチゴ



「食べる宝石」がコンセプト。複数品種のイチゴの統一ブランド。2013年度グッドデザイン賞受賞。レギュラー2パック入り1,700円より

人気の理由

職人技とITを融合した最先端施設園芸により、高品質なイチゴの安定供給を実現した。品種だけでなく、技術や製法、品質基準による果実の違いをブランド化し、産地から流通まで一貫したブランド管理を行っていることが特徴。

技術とITの融合でイチゴをブランド化。 農業コストを構造変革

津波でイチゴ栽培農家の95%が壊滅的ダメージを受けた山元町。イチゴ栽培に構造変革を起こし、新たな事業として雇用を創出し復興につなげたいという思いから生まれた商品が「ミガキイチゴ」だ。

生産管理にITを活用し、最適な温度や湿度、日照時間、CO₂濃度など匠の技をデータ化することで、高品質のイチゴの安定供給を実現。法人に賛同するどの農家で作っても品質にバラつきが無いよう厳格な品質管理を行い、農業技術や栽培データを共有することで、山元町で生産されるイチゴ全体の品質向上に成功。データを活用し、農業未経験者でも短期間に就農できるよう新規就農支援事業を展開した。

こうして、品種だけでなく技術・製法・品質基準によるブランドイチゴ「ミガキイチゴ」が誕生。栽培管理をITによる環境制御へ変え、農業コストの構造変革をもたらし、「もうかる産業」へと変化させた。また、イチゴの販売だけでなく、イチゴを原料としたスパークリングワインやコスメなどの商品を開発。6次産業化を進め、さらなる「もうかる産業」化を展開している。

農業生産法人 株式会社 GRA

所在地 宮城県亘理郡山元町山寺字桜堤47

TEL 0223-37-9634

WEB <http://www.gra-inc.jp/>

新規の
ブランド
立ち上げ

事業内容の
発信・PR

福島県いわき市

磐城高箸 希望のかけ箸



スタイリッシュな割り箸はさまざまな賞を受賞。割り箸の売り上げの一部が義援金となり寄付される。3膳セット550円

人気の理由

「希望のかけ箸」の材料には、東日本大震災で被害の大きかった福島県・宮城県・岩手県の杉間伐材を使用。割り箸が復興への架け橋となり、自然豊かな東北の地が再び人々の希望を叶らせる場所になるようにと願いが込められている。

被災地の杉間伐材を使用し、付加価値を持たせることにこだわった割り箸

「創業当時は“たかが割り箸”とよく言われました」と話すのは、代表の高橋正行氏。2010年に「株式会社磐城高箸」を設立。5カ月間の試験製造を終えて操業2週間後に被災。余震で機械が壊れ、福島第一原発事故の影響で当時の取引先との契約はすべて解除。廃業を考えていた際に復興支援団体の協力があり、被災3県の杉間伐材を使用した「希望のかけ箸」を発売した。

福島の磐城杉、宮城の栗駒杉、岩手の気仙杉の間伐材を使い、3県の被災地への思いを込めた。売り上げの一部が義援金になり、購入客も被災地へ思いを馳せることができる。シェアわずか数%の国産割り箸であること、工程の一部を障害者施設に委託していること、乾燥工程に石油系燃料を使用しないこと。消費者が共感できる商品コンセプトも、ヒットの要因だろう。

「どうしたらお客さんに手に取ってもらえるか」と、SNSなどのフィードバックを大切に、アイデアや商品開発に生かす。マーケットイン視点と付加価値を生む一貫生産販売で、割り箸以外にも枕や鉛筆など、地域の間伐材を使ったヒット商品を放ち続けている。

株式会社磐城高箸

所在地 福島県いわき市田人町南大平字坪内95-1

TEL 0246-65-0848

WEB <https://iwaki-takahashi.biz/>

既存の
ブランド化

グローバルな
取り組み

事業内容の
発信・PR

福島県二本松市

大七酒造 大七純米生酏

唎酒師が選ぶ「地酒大show」
で最高位プラチナ賞を3回受賞
し、殿堂入り。720ml 1,390円



人気の
理由

正統的な生酏造りを代表する名酒であり、大七酒造の看板商品。豊かなコクとうまみ、酸味が完全に解け合い、後味のキレも良い。杜氏の佐藤孝信氏は、生酏造りの第一人者として「現代の名工」、黄綬褒章の荣誉を受けている。

被災時の対応が世界中から高評価。 迅速な危機管理体制で風評を一蹴

「大七純米生酏」が発売されたのは1983年。今では後発の造り手たちが目指す座標軸となり、唎酒師のためのテキストやソムリエコンクールなどに採用され、全国的に生酏造り再評価の機運をもたらしている。

世界市場を見据えた生酏造りによる高級酒は、国内外で高い評価を受けたが、2011年の大地震の直後、国内以上に風評の影響が懸念されたのは海外市場だった。福島第一原発の事故がすぐに収束しなかった場合の対応を考え、すべての建物で空調と換気扇を停止。窓や換気口に目張りをして気密性を保った。また、一貫して製造工程の各段階で全製品の安全検査を実施。公的研究機関によるゲルマニウム半導体検出器を用いた厳密な測定を行い、放射性物質不検出の証明書を提示するなど、万全の対策を講じた。そして、こうした対策の記録を写真に残し、対外的な発表に備えた。

真摯な対応と積み重ねてきた信頼で、その後の売り上げも堅調な伸びを見せた。現在は欧米やアジアの20を超える国々に輸出し、欧州の王室晩餐会や各国の最高級レストランなど、世界で高い評価を獲得している。

大七酒造株式会社

所在地 福島県二本松市竹田1-66

TEL 0243-23-0007

WEB <https://www.daishichi.com/>

既存の
ブランド化

作業効率・
生産性向上

事業内容の
発信・PR

岩手県大船渡市

三陸とれたて市場 盛るだけお造り 天然旬凍



あとは“盛るだけ”。
手仕事×新製法で
本格お造りをお届け。

CAS凍結された新鮮な刺身を、袋のまま流水で解凍し盛りつけるだけという手軽さが人気の秘密。お刺身おまかせ便5種入り1,750円

人気の
理由

最新の凍結技術であるCAS凍結を導入し、新しい凍結刺身商品の開発に成功。また、消費者のニーズに合わせた商品の形態や高品質を担保する処理加工法を開発したことにより、さばきたてのような刺身を簡単に楽しむことができる。

被災後、時代に合った商品と販売戦略へ 変更し、コロナ禍で150%売上増

被災を機に、それまで取り組んできた鮮魚・活魚の産地直送モデルはお客様の役に立っていたのか？と考えた。結果、鮮魚を冷蔵で販売する従来のビジネスモデルを、凍結商材一本で攻める業態に転換した。

「お客様にストレス無く、もっと便利に、高品質な三陸の幸を召し上がっていただきたい」との思いから、高品質を担保できる最新の凍結技術CASによる個食使い切りサイズの凍結刺身を開発。利便性の高い商品「盛るだけお造り 天然旬凍」が生まれた。

3日程度だった製品寿命が抜本的に改善され、食品ロスを極限まで低下。漁獲される資源をあまねく活用できるようになった。同時に販売チャネルの分散を強化。飲食店や首都圏の小売流通販路を拡大し、複数のミシュラン店舗への供給や、香港などへの輸出製品として定着も進んだ。BtoBとともにBtoCにも注力し、自社サイトをリニューアル。SNSで情報を発信し、ECサイトでの販売を強化。特にコロナ禍では一般消費者への営業にリソースを集中し、感染拡大の影響にもかかわらず2020年比150%以上の売上増となった。

有限会社三陸とれたて市場

所在地 岩手県大船渡市三陸町越喜来字杉下75-8

TEL 0192-44-3486

WEB <https://www.sanrikutoretate.com/>

グローバルな
取り組み

人材育成

事業内容の
発信・PR

岩手県一関市

世嬉の一酒造
いわて蔵ビール



定番8種に加え、
季節限定ビール
など種類も豊富。
ショコラストウト
(右)、トマトエール
(左)各550円

人気の
理由

世嬉の一酒造の酒造りの技と、醸造士の経験・
知識により生まれたクラフトビールブランド。
これまで国内外の大会で多くの賞を獲得し、高い評価を
得ている。季節限定ビールなど種類も豊富。オーダーメイ
ドビールや、オーガニックビール醸造も人気。

マンパワーと地元食材を生かし、
世界が認めるビールへと成長

「いわて蔵ビール」には、陸前高田産のカキや一関産
の山椒の実など、地元の食材を使用したビールが多い。
これは、「世の人々が嬉しくなる一番の酒造りを目指
す」という理念と、ビールを通して世界中の方に岩手
の良さを知ってほしいという思いが込められた結果だ。

東日本大震災では工場や酒蔵が甚大な被害を受けた
が、グループ補助金やクラウドファンディングによる資
金で改修。以後、順調に回復・成長している。社員の
定着率の高さも生産性の向上につながっている。パート
社員は繁忙期のみの季節雇用を廃止し、採用する際
も正社員への登用を前提としている。それが人材の幅
広い活用、閑散期を生かした新商品開発へとつながり、
カカオの香りを生かしたショコラストウト、一関産ト
マトを使用したトマトエールなど、ユニークな季節限
定商品も数多く誕生している。

努力が実を結び、「いわて蔵ビール」は、多くの世界
大会で受賞。アメリカの有名なレストランのシェフか
ら高い評価を得たことから、海外への輸出も拡大。着
実に世界が認めるビールへと成長しつつある。

世嬉の一酒造株式会社

所在地 岩手県一関市田村町5-42
TEL 0191-21-1144
WEB <https://sekinoichi.co.jp/>

新規の
ブランド
立ち上げ

事業内容の
発信・PR

宮城県石巻市

石巻うまいもの
石巻金華茶漬け



素材を味わえるように、具材の種
類ごとに異なる味付けになってい
る。各648円

人気の
理由

素材の特徴を熟知した専門店が手がけた石巻
金華茶漬けは、全10種類。国産かつおぶし上
粉と三陸産わかめを使用し、具材はすべて石巻で加工。
老若男女を問わず安心して食することができ、贈り物や
お土産としても広く人気を博している。

10社がチーム一丸となって商品開発や
営業を行うことが最大の強み

国内外から支援を受けた石巻から、命の源となる“食”
を通じて感謝の意を伝えようと、食に携わる10社が手
を取り合って立ち上げた「石巻うまいもの株式会社」。
各社の素材と技術が詰まった“うまいもの”で人々を笑
顔に、と開発されたのが「石巻金華茶漬け」だ。

「石巻の新しいお土産を作る」というコンセプトをも
とに、各社が得意とする素材を使った「お茶漬け」の
商品化が決定。10社が一丸となって取り組むことで、
商品開発のアイデアや製造の幅が広がるという大きな
メリットがあった。味や品質管理で1社でも不備があ
ると、ブランド全体に悪影響を及ぼすため良い緊張感
もあったという。

客の声をじかに聞くことでより良い商品開発と販売
促進を行うために、直売所を開設。各社の商品をワン
コイン(500円)以内で手軽に楽しめるようにと、単
身世帯に便利な少量パックの商品を販売した。参加各
社の販売網を最大限に活用し、自社商品だけでなく全
商品の営業を行ったことで、地元の取引先やECサイ
トで売り上げが増加。地域の活性化につながった。

石巻うまいもの株式会社

所在地 宮城県石巻市魚町2-12-3 石巻市水産総合振興センター1階
TEL 0225-25-4363
WEB <https://umaimono-ishinomaki.com/>