

東日本大震災12年

「古今東北」ブランド好調

コープ東北サンネット事業連合とみやぎ生協（ともに仙台市）が東日本大震災からの復興支援と東北経済の活性化を目指して立ち上げたブランド「古今東北」が好調だ。2015年冬の販売開始から商品数と販路を着実に増やし、22年度の売上高は16年度の約3倍の19億円を超える見通し。関係者は「さらに浸透させ、消費者が自然な形で東北の生産地とつながる仕組みを構築する」と意気込む。

ブランドは15年11月、コープ東北とみやぎ生協が設立した子会社、東北協同事業開発



みやぎ生協など、復興支援へ設立

(仙台市)の主事業として始動。原材料に東北産をできるだけ使い、市況などを受けて調達できなかった場合は被災地の工場で加工することをルールにしている。商品の種類は缶詰や調味料、日本酒から菓子や生野菜まで多彩だ。

通年販売が軌道に乗った16年度以降の売り上げと取扱品目の推移はグラフの通り。21年度は18億7700万円(231品目)と、売上高、品目数ともに16年度の約3倍に成長した。22年度はさらに伸び、19億1500万円(259品目)に達する見通しという。

販路は導入当初、東北の生協に限られていたが、徐々に道の駅や地方スーパー、ホテルにも拡大。通販サイト大手「楽天市場」に出品したほか、複数の自治体のふるさと納税の返礼品にもなり、22年度は77カ所と16年度(34カ所)の倍以上に達した。

製造元も着実に増えている。21年度の事業者数は137社と、15年度(22社)の6倍以上まで拡大。自社工場が

売上高、3倍超に



東北の素材を生かした地域ブランド「古今東北」の陳列棚。リピーターも育った仙台市宮城野区のみやぎ生協幸町店の様子。

「産地と消費者つなげる」

津波で被災し、現在はさんまのみりん天日干しなどを製造する水産加工業の及川冷蔵(大船渡市)の及川広章代表(67)は「量販店に卸す際は価格競争に陥りがちだが、値段ではなく品質で勝負できる。自社のクオリティーの高さを証明にもなっている」と手応えを語る。

東北協同事業開発の丹野潤一取締役開発・営業部長(68)は「一過性の支援ではなく、地域の生産者と一緒になって長期的にブランドを高めていく仕組み。『復興』と声高に叫ばなくても、消費者が東北に触れ、東北を好きになる循環をさらに軌道に乗せたい」と力を込める。