



Produced by MOMOFUKU

株式会社 百福(ももふく)

〒511-0839 三重県桑名市安永1560-1

tel.0594-82-7117

<https://www.norimomo.com>



のりもも

norimomo

---

Brand Book

---



のりもも  
norimomo

## 新しいのり、楽しいのり のりをひらく、のりもも

産地があって、時期があって、  
味が違って楽しめる。

そんなのりのことを

もっとたくさんの人に伝えたい。

もっとのりを楽しむ人を増やしたい。

のりの数だけ広がる楽しみを、

ひとりでも多くの人に伝えていきたい。

新しく、そして楽しい

のりの世界をひらきつづける“のりもも”

のりのある暮らしを、お楽しみください。

### MISSION

## 百年先に のりをつなげる。

海の恵み、自然の恵みである、のり。  
食卓や、スーパーに並んでいるのが、  
当たり前になっている、のり。

でもその当たり前が、

そうでなくなる日が、くるかもしれない。

生産者は減り、海の環境は変わりつつある。

消費者の、のりに対する知識も、だんだんと浅くなっていく。

もっともっと、のりを伝えないといけないと思った。

もっともっと、のりの楽しみ方を知ってほしいと思った。

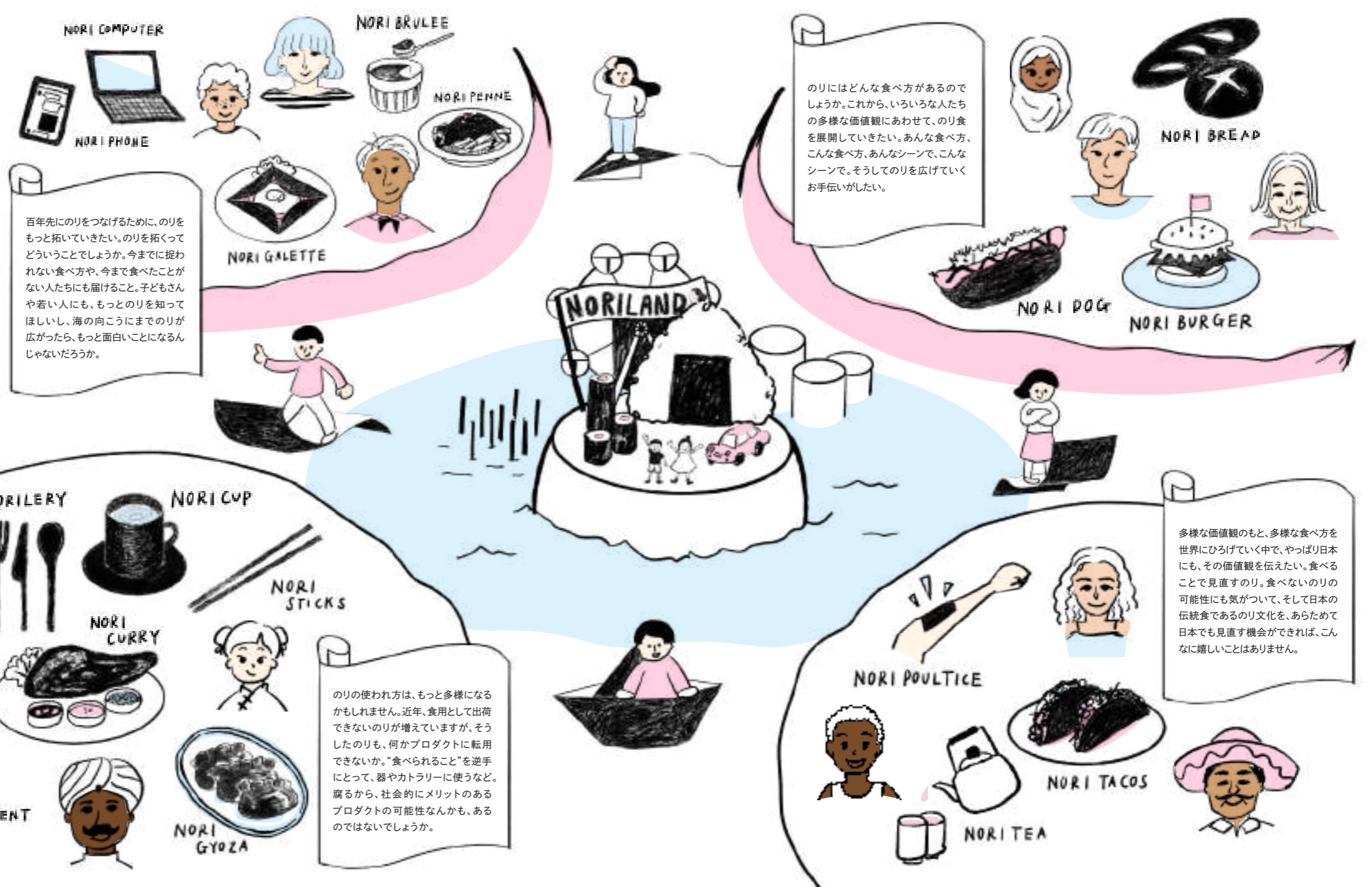
その先に、次の百年はある。

百年先の未来のために、できることを、やる。

のりを、ひらきつづける、“のりもも”。

# のりの世界をひろげる。

のりは、日本の伝統食で、朝食には、納豆と一緒にのり、おにぎりにはのりが巻いてある。そんな、のりの世界が全てではありません。食卓もだんだんとグローバルになり様々な食材が、様々な可能性を拓いています。のりも例外ではありません。私たちは、のりの可能性を引き出し、もっと様々な場所やシーンで、もっと様々な食べ方ができるそんな食材に育てていきたい。



百年先ののりをつなげるために、のりをもっと拓いていきたい。のりを拓くってどういうことでしょうか。今までに扱われない食べ方や、今まで食べたことがない人たちに届けること。子どもさんや若い人にも、もっとのりを知ってほしいし、海の向こうにまでのりが広がったら、もっと面白いことになるんじゃないだろうか。

のりにはどんな食べ方があるのでしょうか。これから、いろいろな人たちの多様な価値観にあわせて、のり食を展開していきたい。あんな食べ方、こんな食べ方、あんなシーンで、こんなシーンで。そうしてのりを広げていくお手伝いがしたい。

多様な価値観のもと、多様な食べ方を世界にひろげていく中で、やっぱり日本にも、その価値観を伝えたい。食べることで見直すのり。食べないのりの可能性にも気がついて、そして日本の伝統食であるのり文化を、あらためて日本でも見直す機会ができれば、こんなに嬉しいことはありません。

のりの使われ方は、もっと多様になるかもしれません。近年、食用として出荷できないのりが増えています。そうしたのりも、何かプロダクトに転用できないか。“食べられること”を逆手にとって、器やカトラリーに使うなど。腐るから、社会的にメリットのあるプロダクトの可能性なんかも、あるのではないのでしょうか。

## 一、百味百選／たのしみ方を創る。

どんなシーンでも、どんなペアリングでも  
様々な味わい方、楽しみ方ができるようにする。

私たちは、食生活が多様になっていく中で、のりの食べ方も多様であるべきと考えます。伝統的な味わい方以外にも、パンやパスタ、スープやリゾットなどの新しい食習慣に、のりをどう合わせていくか。私たちはもっと、のりの可能性を探りたい。磯の香り豊かなのり、パリッと歯切れのいい食感。それらが多様な食習慣の中で、より多様に対応できていくことこそ、百年先に続く食習慣となるのではないのでしょうか。様々なライフスタイルに合わせて、様々なのりの楽しみ方をご提案します。



## 一、百衆百集／仲間をつくる。

のりの魅力を伝え、新しい取り組みを生み出し、  
百年先にのりをつなげるための仲間づくりを行う。

いま、のりを取り巻く状況は、楽なものではありません。食の多様化は進み、価格優先の市場はどんどん膨らみ、のりの生育環境も変化しています。このまま百年先にのりをつなげるためには、各プロフェッショナルが力を合わせる必要があります。生産に関わる方、生産者をサポートする方、流通の方、伝える方、様々な属性の方達を仲間にして、みんなで力を合わせる事が大事です。日本の食文化であるのりを百年先につなぐために、今何が出来るか、何をすべきかを考えます。



## 一、百魅百伝／魅力を伝える。

のりの製法、食文化、産地や生産者のことなど、  
さまざまな情報を通じて、のりの魅力を世界に伝える。

私たちは、のりのことをどれだけ知っているのでしょうか。かつては、お中元やお歳暮に、のりを贈ることが一般的でした。のりの旬には若芽の柔らかいのりを、季節とともに愉しむのが嗜みであり、産地を訪れ、その土地の味わいを知ることも、また喜びでした。そんなのりの魅力が少しずつ伝わらなくなってきています。でも本物ののりには、伝えるに足る魅力があります。本物ののりにであうことで、その魅力に気がついてもらいたい。その土地の、海の恵みとしてののりは、魅力に溢れています。

## 一、百古百新／古きを守り新しさを創る。

今までの伝統・文化・文脈の上に  
新しい可能性を拓いていく。

1300年以上前から日本で食されていたのり。かつては貴族の中で貴重品として贈り合っていたとか。そうした積み重なる歴史の中で、貴重品だったものが庶民の手に届くものとなり、食べ方やつくり方や売り方や伝え方、様々に変化をして今日に至っています。その文化文脈は忘れずに、今後も時代に合わせて変化し、新しい価値を生み出していく。守るだけではなく、積極的に変化することで、のりを伝えていきたい。

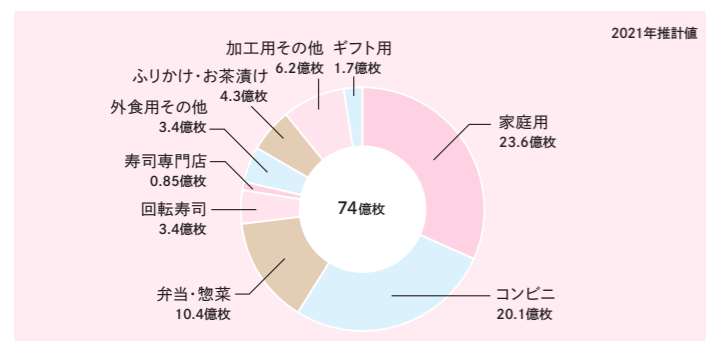
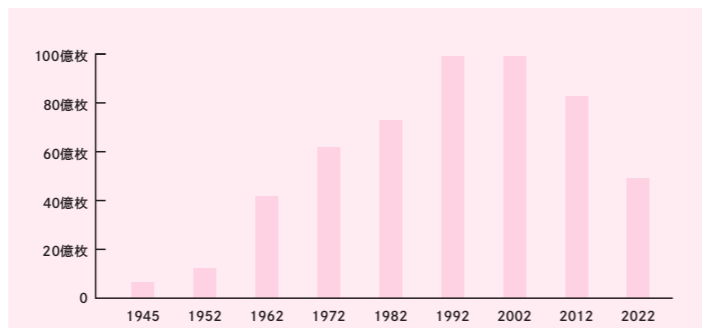


## のりの今。

### ■ 全国のり出荷枚数の推移

6億枚だった1945年から出荷枚数は増加。人工採苗術の普及により、それ以前の倍近い36億枚に増加。生産技術の開発や、コンビニなどの需要が増えた。さらに、1983年から2001年の18年間は、100億枚前後で推移するも、それ以降は年々減少。2022年には50億枚を割り込み今に至る。

参考文献：全国漁連のり事業推進協議会、  
ノリ業界の現況\_全国海苔貝類漁業協同組合連合会



### ■ のりの需要量内訳

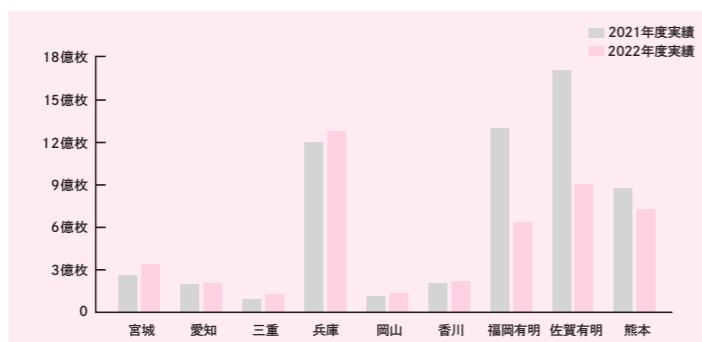
消費内訳を見てみると、家庭用とコンビニでおよそ6割を占める。コンビニのおにぎり需要などが大きな消費先となる。業務用途の中ではコンビニ4割、弁当・惣菜で2割、回転寿司・寿司専門店が1割弱と外食用で8割弱となっている。家庭用と業務用とで比べると、業務用需要がおよそ2倍。近年の傾向として、家庭用は微増傾向、業務用は減少傾向にある。ギフト用の需要は全体の2%程度。

参考文献：海苔の流通在庫及び需要調査結果\_株式会社 工業市場研究所

### ■ 主だった産地別出荷高

全国19のエリアでのりの生産が行われているが、グラフは、年間1億枚以上の出荷実績のある県だけをとりあげている(グラフに記載のないエリアが10あるが、その合計は全体の約5%)。生産量を増やしているエリアもあるが、基本的には減少傾向。特に近年九州エリアで大きく生産量を下げている。生産量は、兵庫、九州が突出していて、全体の8割近くを生産している。

参考文献：全国漁連のり事業推進協議会



## のりの今を読み解き のりの未来につなげる

のりの今に向き合うと、のりの今後のあり方が見えてくるのではないかと。のりを取り巻く状況をデータで見ると、課題も見えてきます。全国的に減っていく生産者、環境の変化による生産量の減少。見えてくる課題の先の、次の手段を考えましょう。1社では難しいことも、力を合わせれば大丈夫。百年先ののりをつなげるために、これから必要なことは何か。ともに取り組んでいきましょう。



## のりももが、やるべきこと。 のりのあり方を変える。

私たちはこう思いました。和風も洋風も超えて、新しいのりとの関係を築いてほしい。朝食には温かいご飯に味付けのりを巻いて食べる、そんな伝統的な使い方だけでなく、パンやパスタにのりをどう使おうか。生まれてきた新しい生活様式のなかで、のりとの関わりを新しく築いてほしいと。そのためには、のりのあり方を変える必要がある。新しいのりの価値をどうつくり出せるか。それが、もっとも大事なことだと考えました。

のりもものしつらえ。

### 百に込められた想い

“百年先ののりをつなげる”。ただ商品売るだけでは、百年先までのりは続きません。のりの価値をわかってもらえる市場をつくり、百年先まで供給できる体制をつくること。その覚悟をもって、“百年先”の“百”をロゴにしたためました。想いをカタチにし、必要なことに取り組む。



### ももいろの意味

のりのあり方を変える。そのためには、今までののりの持つイメージを変える必要がありました。黒や緑ではなく、別のブランドカラーが。議論の末に導き出したブランドカラーは“ももいろ”。ブランドアイデンティティーの“百”は読みかえると“もも”。淡く上品な“ももいろ”は、のりのあり方を変えてくれるのではないかと。そう考えて“ももいろ”にしました。

### 楽しみ方を設計する

どうすれば、私たちの考えているのりが伝わるでしょうか。考えた結果、3つのラインをつくることに。産地や旬をより味わうことのできる“スペシャルティ”。用途で選ぶ“ベーシック”。入口を拡げる“カジュアル”。ぜひ、のりの新しい扉を拓いてほしい。



## のりのことを、 もっと、たくさんの人たちに 伝えていきたい。

## PROFILE

株式会社 百福 代表取締役  
福井 慶則

1959年、三重県出身。京都大学博士単位取得。  
サハラ砂漠での弟子入り経験後、西アフリカで  
国際協力に従事。2001年以降、日本在住。現在、  
4社の海産物加工会社を経営。



### 百年先に、のりをつなげていくために いまできることは何か。

最近では、ニュースでも流れるようになりましたが、私たちの“のり産業”をとりまく状況は、年々厳しさを増しています。海の変化や、生産者の高齢化、文化としてののりのあり方が、だんだんと弱くなってきています。でも私たちは、のりの美味しさや楽しさ、おもしろさ、を知っています。そんな私たちだからこそ、正しいのりのすがたを伝えられる。このブランドをつくる時、なぜブランドをつくるのか、ブランドをつくってどうしたいのか、関係者一同で、たくさん議論してきました。その中で行き着いたのは、私たちは、のりという産業を、百年先までつなげていきたい、ということです。課題も確かにあります。でも私たちはしっ

かり夢をもって、“のり産業”を百年先までつなげていきたい。そのためには、いろいろなことに取り組まなければいけません。一見、短期的には利益でないことにも取り組まなければいけません。のりに関わる、サプライチェーンの一つ一つが、きちんと持続可能性のあるカタチにならなければ、当然百年先までつながりません。そこまで私たちは寄り添い、変革を促していきたい。このブランドを立ち上げた時、百年先までのりをつなげるとミッションを定めたとき、覚悟をしました。できることは、全部やる。そしてのりの関わるステークホルダーの皆様が、適正な利益と適正な労働環境を担保されるなかで、安心して業を営むことができる。そんな環境づくりにも寄与していきたい。そしてスタートは、私たちがのりの美味しさ、楽しさ、面白さを、しっかりと伝えていかなければいけない。どの世界においても、伝統的なこと、続いてきたこと、生活様式の変化の中、

大事されるべきことが大事にされない世の中になってきています。でも私たちは、時間をかけて積み上げられてきた日本の食文化であるのりを、変革もしながら、きちんと伝えていかなければいけないと強く思います。そのために、できることはまだまだたくさんある。そう考えています。

### 美味しいのり、楽しいのり、 うれしいのり、のりもも。

こうした供給側への取り組みとともに、進めなければいけないのは、ユーザー側の取り組みです。ご年配の方達は、のりのことをよくご存知です。いいのりの見分け方や、日常の中での使い方。でもその知識や知恵は、多くは、その下の世代に伝えられていかなかった。日本の食文化のひとつであるのりは、食卓で多様に使われる食材ではなくなりつつあります。コンビニのおにぎりや、回転寿司ののり、外食で食べられるものが中心で、食卓にのぼるものも、その多くは味付けのりです。私たちは、のりのもっと多様な価値観を伝えていきたい。産地によって味が変わり、旬によって食し方も変わる。そののりの多様な姿とその価値を伝えなければ未来はない。もっとのりは美味しいはずだし、楽しいはず。だから私たちは、質のいいのりで、多様な楽しみ方を提案したい。それは、のり好きの方達も知らなかったような、新しい楽しみ方。のりには、もっともっと可能性があると思っています。その私たちが感じている可能性をもっとみなさんに伝えていきたい。そのためには、料理家や、食品加工に携わる方達、さまざまな立場の方達が、のりの新しい扱い方を魅せてくれる。そんな状況を産むための、そのきっかけを、私たちはつくってきたい。その先に、のりの新しい世界を開いていきたいのです。日本特有の、日本の伝統文化としてののり、だけど、世界の人が、

食べてくれたら、楽しいじゃないですか。それを実現させていきたい。

### のりを、世界の食卓へ。 のりももの挑戦。

今までのりは、主にはアジアがメインの市場でした。日本、韓国、中国が主な生産国で、日本食の普及とともに、のりも世界へ進出していった。しかし、世界で食されているのりが、必ずしも、いいのりばかりではありません。私たちは日本でも高い品質と言われるのりを、海外の方達にも知ってもらいたい。そしてのりは美味しい、楽しい、おもしろいことを知っていただきたいのです。のり好きの方達が知っている、伝統的なのりの世界を超え、世界に向けて、新しいのり文化を築いていきたい。適正なスピードで、でも百年先につなげることをイメージして、正しいのり食を広げていきたい。そしてそれが、現地の料理人、メーカーの手を借りて、どんどん現地化していく、他国の食文化が、各国の食文化になる。そんなのりの景色をみてみたい。世界へ、のりを伝えていきたい。





## INFORMATION



のりももオンラインストア  
<https://norimomo-store.com>



のりももブランドサイト  
<https://www.norimomo.com>



のりももInstagram



Produced by MOMOFUKU  
株式会社 百福 (ももふく)  
〒511-0839 三重県桑名市安永1560-1  
tel.0594-82-7117

のりももVISON店  
〒519-2170  
三重県多気郡多気町ヴィソン672番地1 旨味12  
tel.0598-67-9129