

食とギフト
FOODS & GIFTS

刺し、チョコレートに浸して乾かす。製造は、そうした手作業の繰り返しだった。ブライダルの引き菓子として好評を得る一方で、いちごには旬があり、当初は予約分の原料確保にも苦労したという。転機となったのが、いちごの断面を見せるといふ発想だ。良質な地元いちごを使っていても、丸ごとのままでは魅力が伝わりにくい。半分にかットし、断面の美しさを見せることで、いちごそのものを主役にするのではないか。その考えが、現在の「母が主役。」というブランド名にもつながっている。ただし、フリーズドライにしたいちごを美しく半分にするのは容易ではなかった。包丁や超音波など、様々な方法を試したが、欠けたり、熱で断面が変化したりする課題があった。

「具体的な手法は企業秘密なのですが（笑）、試行錯誤の末、断面をきれいにさせるカットに行きつきました。部分意匠として意匠登録も行っていきます。」
同社総務部部長の馬場照夫氏はそう語る。

土産から贈答、自家需要まで用途別に商品を展開

「母が主役。」のラインアップ

は、用途や販路に合わせて広がっている。

代表商品の一つが「恋するいちご」シリーズだ。栃木県産とちおとめをフリーズドライにし、チョコレートで包んだ商品で、5個入り756円（税込、参考価格）と手に取りやすい価格帯とかわいらしいパッケージが特長だ。

一方、贈答向けには「恋するいちごプレミアム」や「母が主役セレクション」を展開。「母が主役セレクションA」は、今年、栃木県が実施する「栃木の逸品セレクション」にも選定。恋するいちごプレミアム、新品種であるとちあいかを使った新感覚スイーツ「HOROHORON」やとちあいかをフリーズドライ製法で閉じ込めた「素顔のいちご」を詰め合わせた商品だ。

さらに、規格外のいちごをパウダー化して生かした「初恋糖」や、ホットドリンクとして楽しむ「バーチャミ」など、自家需要や日常のご褒美に向けた商品も人気だ。第40回グルメショー秋2026では、定番の「恋するいちご」とともに、これらの商品も提案する。

第38回グルメショーへの初出展では、同社にとって新しい出会いが多く生まれた。これまでの食関連展示会とは異なり、グルメショーでは土産、ギフト、雑貨、法人

食とギフト
FOODS & GIFTS



▲栃木の逸品セレクションに選定された「母が主役セレクションA」



出展社取材
The 40th GOURMET SHOW Autumn 2026

栃木の宝であるいちごを主役に
土産・贈答へ広がる菓子ギフト

株式会社静風 <https://ichigogashuyaku.com/>

栃木県産いちごの魅力を一歩通して楽しめるギフトにする。そんな発想で生まれた菓子ブランドが人気を集めている。

株式会社静風が展開する「母が主役。」は、栃木県産いちごを生かした菓子ブランドだ。フリーズドライにしたいちごに薄くチョコレートと合わせ、果実の断面を見せることで、いちごそのものの存在感を前面に打ち出す商品群をメインに展開する。

同社は1959年、栃木県真岡市で料理店として創業。その後、結婚式の運営・宴会会事業などを展開。2016年9月には菓子製造業の許可を取得し、新たな柱として、地元のいちごを使った菓子づくりに取り組み始めた。

栃木県は、いちごの生産量で58年連続日本一を誇る。なかでも真岡市を含む芳賀地区は県内有数の産地で、真岡市は「日本一のいちごのまち」としても知られる。同社が展開する「母が主役。」も、そうした地域資源を生かした菓子ブランドとして育ってきた。

断面を美しく見せる
地域資源の価値を伝える

地元産いちごを年間を通じて楽しめる形にできないか。その発想

需要など、様々な分野のバイヤーと接点を持っていたという。

「本当に新しいお取引先様との出会いが多かったと感じています。会場での商談件数も多く、契約につながったケースも数多くありました」（早瀬氏）。

販路は、道の駅や駅売店、土産店、百貨店、カタログギフト、Eギフト、法人ギフトなど幅広い。輸出には賞味期限や冷蔵配送などの課題があるが、インバウンド客に向けて、日本のいちごを使った菓子としての訴求力も高い。

馬場氏は、現在のギフト市場について「量より質」「ストーリー」「高付加価値」が求められるという。



▲栃木土産の新定番となっている「母が主役。」。土産・贈答双方に対応

が、全ての始まりだった。生のいちごは旬が限られる。そこで注目ののがフリーズドライだった。

「地元の活性化、そして長くお世話話になっている地域の皆様への恩返しとして、地場産のものを使った商品ができないかと考えました」。

そう語るのは、同社いちご事業部営業課長の早瀬智美氏だ。

当初は、結婚式場で提供するデザートや引き菓子としての活用が想定された。近隣の工場や県にも相談し、商品化に乗り出した。

しかし、最初から順調だったわけではない。丸ごとフリーズドライにしたいちごを金串に一粒ずつ

と見る。「母が主役。」は、そうした市場の流れと親和性が高い。

「まずは弊社の商品を多くの方に知っていただきたいです。自分用にも、ギフトにも、心のこもったものをお届けしたいと考えています。会場では試食も準備しておりますので、ぜひご覧いただき、召し上がっていただければと思います」（馬場氏）。

いちごを単なる原料ではなく、地域の魅力を伝える主役として見せる。そこに、飲食・ブライダルで培った発想と、菓子製造の工夫が重なる。すでにヒットしているが、まだまだ伸びそうなブランドだ。



▲断面の美しさも伝える「恋するいちご」



▲とちあいかを使った「HOROHORON」などを出展予定