

伝統と革新の「揖保乃糸」 世界へ、そうめんの魅力を発信



▲揖保乃糸の多彩な商品ラインナップ

兵庫県播州地区にそうめん生産が始まったのはおよそ600年前の江戸時代。龍野藩が許可業種として、そうめん生産を奨励したことから全国でも有数の産地として成長。明治時代には製造者が集まって今の組合の前身となる生産者団体を設立した。高度成長期には、いち早く個包装品を販売して「揖保乃糸」の盤石な礎を築いた。

発売して50年以上経つロングセラー商品「手延素麺 上級品 300g」は、現在全国のスーパー店頭カバー率94~95%を誇るメガブランドに飛躍した。この「上級品」と主に贈答向けの「特級品」を主力商品に、ひやむぎ、うどん、中華麺、パスタと豊富なラインナップを取り揃える。

市場における「揖保乃糸」の信頼の厚さは、ニーズを反映した品揃えに限らず、厳格な生産体制に裏付けられた品質の高さと、それを維持するための生産管理体制にある。約400軒の組合員の高品

質を維持するために、生産者や現場の指導を徹底し、出来上がった麺の検査を行い、全ての条件を満たしたもののだけを「揖保乃糸」として認めている。麺を結束する帯にはシリアルナンバーを刻印して全てをデータ管理、全量をトレースできる仕組みを導入する。また組合員の生産現場では今年6月に完全施行されたHACCPに対応。さらには一部の組合員と組合直営工場では食品安全認証のFSSC22000を取得しており、輸出向け商品には認定取得工場のみで製造加工も可能だ。

産地内で使用する18kg箱には、従来の木箱に加えて2009年よりプラスチック製を採用。徐々に増やして現在全体の半数近くまで高めている。またそれに伴い麺の緩衝として使う上下パットもリサイクル仕様に変更。環境保全だけでなく、コスト削減に繋げている。

対外的には「揖保乃糸」の普及活動に積極的に取り組む。20年前からスタートした「ミス揖保乃糸」は、夏の全国キャラバンに加えて、コロナ禍の昨年から動画を活用した活動に幅を広げた。また若年に向けてのPRを強化すべく、YouTubeやインスタグラムなどSNSを積極的に活用して、「揖保乃糸」の美味しさやアレンジレシピを積極的に展開している。調味料メーカーなど他企業とのコラボレーションは、約10社まで拡大した。

海外輸出は特約店と共に販路開拓に力を入れる。コロナ禍で一時失速したが、今後は海外情勢を見ながら再度チャレンジする計画。今秋には同じ播州地区の兵庫県乾麺組合と「播州乾麺輸出拡大協議会」を発足。地域産業としての支援も受けながら、「揖保乃糸」の魅力を世界へ発信していく。



▲井上猛理事長