

生産地姫路で「そうめんの日」PR

【大阪】そうめんの生産地兵庫県では、7月7日「そうめんの日」に合わせ、機械そうめん・手延べそうめんそれぞれの生産組合が、JR姫路駅北側地下連絡通路でPR活動を行った。

兵庫県乾麺協同組合は、「播州そうめんの日」と「乾しいたけの日」の7日、「乾めん及び乾しいたけサンプリング」を実施した(写真上)。

地場産業製品としての「播州そうめん」の認知を広めるとともに、そうめんの具材としての椎茸の普及を目的としたもの。

地域誌やラジオで告知



また、サンプリングに先立ち、「第3回 そうめん茹でマスタースタッフ認定合格者への認定証授与式を行った。そうめんを美味しく食べられる茹で方を広める目的で実施しているもの。麺をパラパラと入る、菜箸で軽やかに混ぜる、

し、開始早々に長蛇の列ができた。「例年以上に多くの人にきていただき、サンプリングの認知度が年々高まっているのを感じている。地元の播州そうめんを食べていただき、夏バテの時期を乗り切ってもらいたい(横尾昌典PR委員長)。

播州そうめん・乾しいたけ約1500セットを無料配布。会場には七夕飾りを行い、播州そうめんのPRキャラクター「そうちゃん、めんちゃん」を展示。また、災害等被災者への継続的支援を目的に募金活動を行った。

また、サンプリングに先立ち、「第3回 そうめん茹でマスタースタッフ認定合格者への認定証授与式を行った。

流水で強くしつかり揉み洗いするなど、そうめんがおいしく食べられる「ちよつとしたコツッ」があまり知られていないことから、マスタースタッフ認定を通じて広めていく。

5月に筆記と実技で構成する検定試験を実施。実技試験では、参加者からの茹で方や麺に関する質問も飛び交い、生産者と参加者のコミュニケーション機会に



冷やしそうめん、味の素

もなっている。今回は25名の参加者のうち、11名が合格。マスタースタッフ持者は約50名となった。

「丸鶏がらスープ」を使った冷やし鶏だしそうめん、カゴメ「基本のトマトソース」とはごろもフーズ「シャキットとコーン」を使ったトマトそうめんの3種類の試食を用意し、各日1000食を配布した。そうめん・めんつゆの販売や、手延べ工程の実演(同下)も行っ

た。「揖保乃糸」では7日からの1週間、大阪・関西万博ORA外食パビリオンに

出展。熟成麺の「特級品」と神戸ビーフを使用した、特別感のある冷やしそうめんを販売する。ブースでは併せて、日本手延素麺協同組合連合会として、揖保乃糸や三輪素麺など傘下組合の手延べ素麺を展示販売する。

「カルピス」106周年迎え多彩な動き



アサヒ飲料の「カルピス」ブランドは106周年。同社が持つ3つの「100年ブランド」(三ツ矢とウイルクソン)の一角であり、誕生日の7月7日「カルピスの日」前後では毎年様々な動きがある。本号では今年の様子をまとめた。

「1000店で試飲会」店頭試飲会を開催。5日、イオンモール幕張新都心を訪れた米女太一社長は、ロングセラーブランドに対する底堅い支持を認めつつ、アップデートの重要性も強調。「最先端を行く、100年ブランド」として具体的なマーケティングに取り組み、世代を超えて消費者との絆を深めていきたい。リラククスシオンを創出する「カルピスTHERIC」

「カルピスの星空カフェ」をオープン。記念日の七夕を連想させる、雲のようなわたあめをトッピングしたドリンク、天の川をデコレーションしたケーキなど、いずれのメニューも「カルピス」を使っている。

他の企画と異なるのは、ファッショニステイのハイメニューと立地で高校生以上の大人をターゲットにしている点で、マーケティング本部マーケティング三部乳性グループの山本知広プロデューサーによると

幅広ユーザーの獲得が狙い。「カルピス」は全世代飲料と自負しているが、やはりメインは子どもたち」とし、「年齢を重ね離れてしまった、もしくは離れてしまいそうな人にもアプローチする」と展望した。

「夢の「カルピスじゃぐち」実証実験へ」1日、蛇口をひねるとそのまま「カルピス」が飲める機材「カルピスじゃぐち」の実証実験を開始した。

最大18台擁することが可能で、設置先に機材レ

ンタル代、「カルピス」代が発生。宿泊料金などを通じて体験を提供するが、昨年4〜6月のテスト展開での結果は良好だったようだ。

本格展開を目指すにあたり、まずは「HOTEL LIVISON」(三重・多気郡)ロビーに設置。1日〜9月30日まで。年内に10台、30年までに1000台の予定。

