



トップ直撃インタビュー

カネス製麺

内山修明社長

乾麺総合ファクトリーへの飛躍を目指す

近年の猛暑や長引く残暑、直近では米価高騰による代替需要もあり、乾麺の引き合いが高まっている。乾麺は地域メーカーに支えられる伝統産業でもあり、人口減少と食卓の多様化の中で長期的には漸減傾向にあったことから、生産面では急激な需要増への対応に追われる。持続可能な産業としていくた

めには、継続的な需要獲得と人手不足も含めた生産体制の課題解決が模索されているところだ。播州乾麺をベースに、定番品から嗜好性の高い製品、健康軸など多彩な乾麺を展開するカネス製麺の内山修明社長に、直近の取り組みを聞いた。

（聞き手 赤松裕海）

——近年の市場概況

乾麺の支持が上向いていることを感じている。当社の販売状況を見ても、全国の製造統計を見ても 2024 年は増加傾向にある。乾麺は夏の販売のピークだが、猛暑や残暑で秋口以降の出荷が麺種を問わず好調なことや、EC ではそうめんやそばの 1・8 kg が売れていて、備蓄や日常食での購入が伺える。

大容量サイズが家庭にストックされることで、食卓の選択肢に乾麺の優先順位が上がつきているのを感じている。

——現在の取り組み

定番製品については、先

ずは安心安全な商品を安定供給していくことが基本。

社内の製販の連携を密にするため、基幹システムを更新し、販売計画も反映しながら安定的に製造していくスキームを構築した。

商品面で

は、健康軸の展開に注力している。ヒット商品になるまでの規模にはまだこれからのだが、乾麺カテゴリーにも健康軸商品が必要なんだという強い信念をもって取り組んでいる。

直近では昨年秋季に、日清製粉の高食物繊維小麦粉「アミユリア」を使用した中華麺（写真）を発売した。健康機能への期待とともに味の評価も得ている。厚生労働省による日本人の食事摂取基準は、2025 年版で食物繊維の基準値が引き

食への要望に応えられるのが乾麺製品

——輸出にも早くから注力

活用することもそうだが、当社では乾麺のみしか持っていないところを、連携することでグループの商品を幅広く提案でき、お客様のメリットにもつながる。

また、乾麺単体でなく、食文化として浸透させていく努力が必要だと考えている。現地の嗜好にあった食べ方を、調味料や食品とセットで提案するなど、メーカーやカテゴリーの垣根を超えた連携もしながら進めていきたい。

——目指す将来像

乾麺総合ファクトリーへの飛躍を実現して、人々の健康増進に貢献

している。乾麺の特徴と



乾麺の特徴と

して、保存性が高いこと、調理が簡便なこと、色々なアレンジができること、風味が優れていることも挙げられる。

播州の地で長年麵づくりをしてきた当社としては、機械麺の「播州そうめん」や、手延べの「掛保乃糸」が主力製品であり、そうめんが一番のバックボーンとなる。

この 50 年で乾麺市場は半減しているが、そうめんは涼感をお客様に求められていて季節性が高いことから、近年の猛暑で定番食としての地位を上げていく。

市場縮小の中でも、特にそうめんは下げ幅が微小であり、下げ止まりはチャンス。乾麺が持つポテンシャルを見直していただけるよう、生産体制や商品展開、マーケティングを強化していきたい。

——乾麺市場の展望は明るい

少子高齢化による市場全体の縮小はあるが、今後食品業界で求められるものは、フードテックの進化や持続可能な生産、食品ロスの削減、環境負荷が低いこと、また健康志向の食品も

好まれる。乾麺はこれら全てに応えられる。

近年、米がおいしさをはじめ様々な面から見直されているが、乾麺も日本人にとって伝統として根付いた食品だ。

昨年から米騒動のずっと以前から、神明では日本の農業の衰退を懸念し、生産者の育成や農地の確保、もつと米を食べてもらえような施策に取り組んできた。伝統食品として似た構造を持つ乾麺にもヒントになると思う。

乾麺業界の問題としては、手延べ・機械麺を問わず、生産能力の課題がある。歴史の長い産業なので、製造設備の老朽化や人手不足、後継者不足の問題などがあり、市場縮小のなかでは以前のような製造キャパを確保できていない。

神明グループの 1 企業として、親会社の成功事例も横展開しながら、課題解決できないかと思う。

当社が成功モデルとなり業界全体に共有することができれば、お客様に乾麺の良さをもっと提案していけるだろう。乾麺市場を盛り上げていけるよう取り組んでいきたい。