

ありまほうこうどう

# (株)有馬芳香堂

加古郡稲美町加古3627-3 ☎079-492-0055



公式サイト

有馬芳香堂は創業来、豆菓子、ナッツ類の焙煎・販売を一貫して手がけながら販路を広げてきた。2021年の創業100周年を機に海外展開、新たなブランディングにも挑んでいる。

## 100周年を迎え、新たなチャレンジも



有馬康人取締役(左)に話を聞く神戸大3年生の無津呂華さん

—100年間どのように事業を継続してきたのでしょうか。

「曾祖父と曾祖母が創業した当初は豆菓子とピーナッツから始まり、その後アーモンドなどのナッツ類も加わりました。2代目の祖父が百貨店へ、3代目の父はスーパーへ販路を広げました。2013年頃からお菓子、お酒のつまみだった豆、ナッツ類が美容・健康に良いスーパーフードとして認知され、市場はここ10年で約2倍に膨らんでいます」

—御社ならではの**特徴、強み**は。

「鮮度にこだわり、焙煎、フライしたてを店舗に送り、よりおいしい状態で食べていただく『できたて工場直送便』サービスを行っています。また、100周年を迎え次世代へと事業をつなげる**チャレンジ**をしています。海外展開ではまずマレーシアに拠点を置き、ハ

ラルマーケットを開拓中です。また、神戸市兵庫区に『ナツトラボ』というブランドの店を開設し、シュークリームなどのナッツ菓子を提供しています。地元の企業と連携しながら新商品を開発し、神戸みやげに育てたいと考えています」

—求める人材像は。

「人柄重視です。明るくて、真っ直ぐな人を求めています。そして、経営陣も含めて、みんなで一緒に考えながら成長している組織にしていきたいと考えています。100周年プロジェクトでは社内公募で募った若手社員が中心になり『ありがとう』『わくわく』『チャレンジ』のテーマでさまざまな取り組みをし、成長してくれています」

(まとめ・山口裕史)

神戸大学

無津呂 華さん

**Check** 学生が  
チェック!

インタビューを通して、地域や人とのつながりを大事にしている企業であると感じた。

100年続く企業でありながら、ハラルマーケットやナツトラボブランドなど、新たな事業に積極的に挑戦している点が印象的で、今後の展開にも目が離せない。

### 企業データ

■設立(創業)/1921年

■資本金/3,000万円

■売上高/20億4,139万円(2021年2月期)

■従業員数/90名

■平均年齢/

36.0歳(正社員)

43.9歳(全従業員)



とんかつソースの生みの親でもあるオリバーソース。幾多の苦難を乗り越えながら、どろソース、クライマックスソースシリーズなどの新商品を送り出し、2023年には創業100周年を迎える。

## とんかつソースの元祖として全国へ



道満龍彦企画室室長(左)に話を聞く神戸大4年生の橋本紘弥さん

### 一会社の歴史を教えてください。

「ウスターソースの製造販売業から事業をスタートし、戦後、とろみをつけて発売したとんかつソースがお好み焼きにも広く使われるようになりました。1993年には製造工程で底にたまった沈殿物を加工して『どろソース』として発売したところそばめしブームに乗り、ヒットします。阪神・淡路大震災では本社工場が全焼し、事業継続を断念しかけましたが、周囲に助けられ再開を決断。唯一残ったタンクのソースの限定販売をきっかけに『クライマックスソース』シリーズを発売し、復興を遂げていきました」

### 一オリバーならではの強みは。

「大手ソースメーカー以外は業務用に頼っているところが多いのですが、当社は業務用

と家庭用の比率が半々のためコロナの影響も最小限で済みました。商品面では原材料で使う野菜・果実にこだわっており、これがフルーティーなうま味を生んでいます。このほど、地元である神戸産の野菜・果実を使用した『神戸クラフトソース』を商品化しました。情報発信を若い世代にお願いしたところ。SNSで見た人がたくさんECサイトで購入してくれ、完売しました」

### 一これからの目標を聞かせてください。

「どろソースを全国区にすることが短期的な目標です。そして、長期的にはとんかつソースの元祖としてこれをしっかりブランディングしていきたいですね。そこにも若い人の感性を生かしていきたいと考えています」

(まどめ・山口裕史)

神戸大学

橋本 紘弥さん

Check 学生が  
チェック!

食卓ではおなじみの"どろソース"だけでなく、神戸産地産地消のクラフトソース製造など、SDGsなどへの新たな取り組みをしている企業。歴史と伝統を重んじながらも、ソースメーカーとして新しいことに挑戦し続ける社風が心がひかれました。

### 企業データ

■設立(創業)/1923年

■売上高/22億4,700万円(2020年9月期)

■平均年齢/42.0歳

■資本金/9,960万円

■従業員数/53名

くらせる

# (株)KURASERU



公式サイト

神戸市東灘区向洋町中6丁目9番神戸ファッションマート8F ☎078-855-5776

2017年に創業し、介護施設と施設利用者のマッチングサービスを手掛けるKURASERU（クラセル）。“誰もが暮らしたい場所で「クラセル」世の中に”をビジョンに掲げる。

## 誰もが暮らしたい場所で「クラセル」世の中に



川原大樹代表取締役(右)に話を聞く関西学院大3年の福山祐史さん

### 一どのような思いで起業されたのですか。

「父が自身で会社を営んでいたこともあり、学生時代から『いずれ起業をしたい』と考えていました。日本が超高齢社会を迎える中でさらに伸びていくであろう介護市場に着目し、実際に業界に身を置いてニーズを探ろうと、介護施設、病院、訪問看護ステーションで働きました。そして、介護施設探しで困っている人が多くいることを知り、システムと人を使って、豊富な情報の中から、自分に合った介護施設を探すことができるマッチングサービスを始めました。現在は、施設側から利用者に入所のオファーを出せる事業も行っていきます」

—今後の事業展開と求める人材像を教えてください。

「誰もが暮らしたい場所で『クラセル』世の中に」というビジョンを実現するためにより良い仕組みがあればどんどん新しいことに取り組んでいこうと考えています。そのためには多様なパートナーとの連携も欠かせません。サービス形態が変わったとしてもビジョンに向かって進んでいける学習能力の高い人を求めています」

### 一仕事は楽しいですか。

「ビジョンの達成に近づいていくことにやりがいを感じています。一方で、これまでに複数の投資ファンドからの出資を受けており、事業を成功させなければいけないという強い責任も負っています。楽しいけれど楽ではないというところでしょか」

(まとも・山口裕史)

関西学院大学

福山 祐史さん

Check 学生が  
チェック!

介護社会の現状、問題を知り、マッチングの必要性を感じた。ビジョンを明確に持ち、そこに向かって突き進む姿は魅力的に感じ、介護の社会を変えたいという思いが伝わった。今後の成長と新たなサービスに注目したい。

### 企業データ

■設立(創業)/2017年  
■資本金/4億1,150万円  
(資本準備金含む)

■売上高/非公開  
■従業員数/9名

■平均年齢/37.0歳



バレエシューズ「ファルファーレ」を筆頭に女性向けのファッションブランドを展開する中堅アパレル。新たな素材や販売方法を取り入れ、環境保全にも目を向ける。

## SNSを活用した接客に挑戦



沼部美由紀社長(左)の話を聞く甲南大3年の神吉華子さん

### —どんな商品を扱う。

「8年前、バレエシューズのブランドを立ち上げました。当時、日本人の足に合うものは少なく、デザインと履き心地を両立させて大ヒットしました。現在は、売り上げの50%を占める主力商品です。昨年からは中敷きに形状記憶素材を使うことで、自分の足裏に合う形になるパンプスを販売しています。丈の長さを選べる『神戸・山の手スカート』も人気です」

### —コロナ禍の影響は。

「百貨店など商業施設でのビジネスが多く、一時閉鎖などで売り上げが減少しました。一方、電子商取引(EC)では新しい顧客を獲得しています。店舗は実際の商品に触れてもらうショールーム的な要素が強くなりそうです」

### —今後の戦略は。

「SNSを利用したライブ型の接客を始めました。製品を手にした販売員がそれぞれのやり方で特長などを紹介し、視聴者からの質問に答えます。オンライン接客ツールを導入し、実績に応じて販売員の給与に反映させています。オンラインのファンが、店員に会いに来てくれる循環をつくりたいですね」

### —環境の持続可能性への配慮も打ち出す。

「アパレル業界は、大量生産・大量廃棄が問題になっていますが、本当に顧客に必要なものだけを手掛けたい。受注販売を増やそうと試行錯誤しています」

### —求める人材は。

「好奇心があり、どんな環境でも人生を楽しめる人。自分の言葉で考えることは大事だと思います」 (まとめ・塩津あかね)

甲南大学

神吉 華子さん

Check 学生が  
チェック!

従業員の方の個性や多様性を尊重しそれぞれの人に合った働き方を推進しており、人を大切にしている職場であるという印象を強く受けた。環境問題への配慮も行いながら事業をされており、今後の動きに注目したい。

### 企業データ

■設立(創業)/2006年  
(創業1996年)

■資本金/1,000万円

■売上高/15億3,800万円(2020年1月期)

■従業員数/78名

■平均年齢/36.0歳

こうべまつだ

# (株)神戸マツダ

神戸市兵庫区東柳原町3番10号 ☎078-671-5205



公式サイト

兵庫県内唯一のマツダ車のディーラーで今年、創業80年を迎える。顧客データを活用したサービス向上など、デジタル戦略に力を入れている。

🏆 令和元年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

## DX (デジタルトランスフォーメーション) でサービス充実



橋本覚社長(左)に話を聞く神戸大3年の畑山秀人さん

### 一事業内容は。

「阪神間を中心に南は洲本市、北は豊岡市まで県内27カ所でマツダ店を展開しており、売上高の75%を占めます。ほかに輸入車販売、レンタカーなどを手掛けています。登下校の見守りや会議室の無料開放など、社会貢献にも力を入れています」

### 一新型コロナウイルス禍の影響は。

「2020年度は、新車販売台数が前年より13%減少し、ここ数十年で最低となりました。ただ中古車は堅調でした。公共交通機関の利用を控え、シフトする動きが広がったようです」

### 一需要に応えるための取り組みは。

「中古車販売サイトを刷新し、条件にあった車を検索しやすいページデザインに変えました。顧客情報の収集・管理では、家族構成

や車の使用目的、趣味など20項目のアンケートを実施し、データを分析して顧客に合う商品やサービスを知らせるダイレクトメールの配信につなげます。データを活用したデジタル戦略は、今後ますます重要になりそうです」

一販売店の今後は。

「インターネット社会が発達し、販売店の役割は試乗と整備だけになるかもしれません。スポーツカー専門などの特色ある店づくりや、顧客向けオートキャンプ場の経営といった新しい価値の創造が必要になるでしょう」

### 一求める人材は。

「いろいろなことに興味がおり、顧客の潜在的ニーズを引き出せる感性豊かな人と仕事をしたいですね」

(まとめ・中務庸子)

神戸大学

畑山 秀人さん

Check 学生がチェック!

関わる人々全てを対象とする「5つの幸せ」の実現を存在意義とし、ディーラーとしての役割を超え、地域貢献にも力を入れている。「自動車の仕事」にとどまらずに広い視点で世の中に貢献する企業の姿勢をより多くの人に注目してほしい。

### 企業データ

■設立(創業)/1941年

■売上高/279億9,500万円(2021年3月期)

■平均年齢/44.2歳

■資本金/1億円

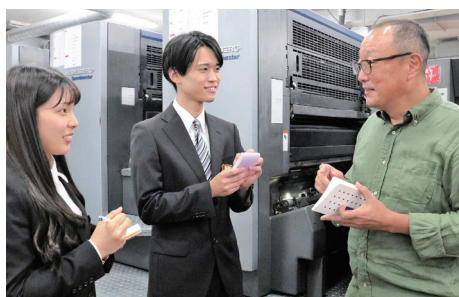
■従業員数/822名





印刷のほか、文具ブランド「神戸派計画」の商品開発、Webシステム事業を手掛ける。紙離れが言われる中、文字文化を育む業種として情報発信をサポートしている。

## 紙媒体での情報発信を追究



武部健也社長(右)に話を聞く深山望彩さん(左)と津田大輝さん

### 一印刷業界の現状は。

「活字離れやペーパーレスで、斜陽産業の代表格とされます。この20年で市場規模は6割程度に縮小しましたが、事業者数も減り、多くは売り上げ規模を維持できています。印刷は、やせ細ってもゼロにはなりません。地域の情報発信を支え続けるためにも、他の事業を伸ばします」

### 一神戸派計画に力を入れる狙いは。

「文具の世界では、万年筆やガラスペンが注目されています。インクを入れ替える手間などが、書く行為にこだわる人にはいとおしく感じられるようで、多彩な「インク沼」にはまる人も増えています」

「書くこと、思いを伝えることが楽しくなる文具があれば、人の暮らしを豊かにできるのではないかと。私たちの商品がその一助にな

ればと。性別に関係なく手にしやすく、どこか神戸らしさを感じさせる商品を心掛けています」

### 一持続可能な開発目標(SDGs)の実現に向けた取り組みは。

「印刷業界は紙を大量に使うため、環境に良くないと思われがちですが、再生紙の利用促進、空調効率などを高める排気設備の整備、電力使用量の削減などに努めています」

### 一働く上で大切にしていることは。

「人の役に立つこと、正しいこと。捨てられない印刷物を作りたいと考えています。メディアは時代とともに変化しますが、紙媒体は何年たっても残ります。紙の特性をどう生かせるか突き詰めます」

(まとめ・赤松沙和)

甲南大学

津田 大輝さん

Check 学生がチェック!

「印刷もできる印刷会社」という理念のもとペーパーメディアをはじめ、Webシステム構築や文房具開発に着手する同社。印刷だけを目的とせず、お客様の情報発信のお手伝いをするという本質を大切に様々な事業を展開するチャレンジ精神に胸が熱くなりました。

### 企業データ

■設立(創業)/1948年

■売上高/5億6,000万円(2021年8月期)

■平均年齢/40.8歳

■資本金/3,000万円

■従業員数/36名

てい—え—てい—  
**(株)TAT**



公式サイト

西宮市日野町4-50 ☎0798-68-1273

爪に樹脂を塗って装飾を長持ちさせる「ジェルネイル」など、ネイル関連商品を専門に扱う商社で、プロ向け市場で売上高トップを維持する。「ネイルを通してファッション以外の分野でも社会貢献したい」という高野芳樹社長に話を聞いた。

🏆平成26年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

## ネイルで幅広く社会貢献



高野芳樹社長(右)に話を聞く関西大3年の阪上雅日さん

### 一ネイル市場の現状は。

「日本のネイルは華やかで、海外のセレブなどには高く評価されています。ただ、日本人女性には少し過剰だと思われるかもしれません。シンプルなマニキュアを施す直営サロンが好調なのは、そのためだと思います。国内でネイルサロンを利用する女性は約10%にすぎず、伸びしろはあります」

### 一コロナ禍の影響は。

「当社の顧客は大半が個人営業のネイリストで、都市型で多店舗展開する事業所はわずかです。店舗の一時閉鎖も少なく、2020年12月期の売上高は前期比1%減で済みました。おうち時間が増えて、自身でネイルしたい人が増えたこともあるでしょう。デジタル化で経費が減ったこともあり、営業利益は過

去最高を更新しました」

### 一ネイルの新たな取り組みは。

「幅広い分野で人や社会の役に立ちたい。現在、有機溶剤を使わずに除去できるネイルが開発中です。爪や皮膚だけでなく、環境にも優しい」

「3年前からは、野球の捕手用に爪に貼るとサインが判別しやすくなる蛍光テープを販売しています。スポーツや医療、介護・福祉の分野で商品化の研究を進めています」

### 一求める人材は。

「自分らしく輝ける人、心の優しい人です。人の役に立つために行動できる人と一緒に働きたいですね」

(まとめ・塩津あかね)

関西大学

阪上 雅日さん

**Check** 学生が  
チェック!

利益を優先するのではなく、お客様やネイリストの方々への「お役立ち」の気持ちで事業をされていることが印象的だった。アスリート向けのネイルなど、美容の枠を超え様々な分野で新しい価値を創造している革新的な会社である。

### 企業データ

■設立(創業)/2000年  
(創業1998年)  
■資本金/5,000万円

■売上高/80億9,752万円(2020年12月期)  
■従業員数/310名

■平均年齢/34.0歳



ベビー・子ども服を主力事業とするファミリア。近年は「子どもの可能性をクリエイトする」という理念に沿って、保育所事業、小児科に特化したクリニック事業も展開している。

## 子どもの可能性をクリエイトする



林良一取締役(右)に話を聞く甲南女子大3年の三本優希さん

### 一事業を行う上で大切にしていることは。

「1950年に、今でいう4人のママ友が日本に新しい育児法を紹介したい、広めたい、という思いから創業したベンチャー企業です。『子どもの可能性をクリエイトする』という企業理念を大切にしており、特に妊娠してから2歳までの最初の1,000日の時期を大切にしながら商品開発、啓発活動にも力を入れています」

### 一阪神間の中高生が当たり前のようにファミリアのデニムバッグを持っていて驚きました。

「50年以上前、ピアノの楽譜を入れるカバンとして商品化されたもので、フェルトのアップリケ刺繍しゅうが施されたデザインが特徴です。親子の会話しやうわがはずむようなデザインを心がけており、特に阪神間の女子中高生に代々使っていただいています」

### 一どのような社風ですか。

「風通しが非常に良い会社です。代表の岡崎から一年目の新入社員までが、お互いに意見を出し合い、コミュニケーションが取りやすい雰囲気です。役職や年齢関係なく、『子どもの可能性をクリエイト』できることであれば、常に全員が様々なことにチャレンジできる文化があります。オフィスの壁もなく、社長も含めみなお互いに『さん』付けで呼び合っています」

### 一どのような社員を求めていますか。

「創造性、好奇心、そして共感力を持った方に仲間になってほしいですね。約30年後に創業100周年を迎えます。『世界でもっとも愛されるベビー・子ども関連企業になる』というビジョンを一緒にかなえてくださる方を求めています」

(まとめ・山口裕史)

甲南女子大学

三本 優希さん

Check 学生が  
チェック!

「子どもの可能性をクリエイトする」を企業理念に掲げ、「おもしろい人」を採用する会社。

社長と社員の距離が近く、肩書きに縛られない関係を築いているのが魅力的だった。

保育園の運営やサポートクリニックなど、子ども服だけにとどまらない取り組みにも注目したい。

### 企業データ

■設立(創業)/1950年

■売上高/87億6,100万円(2021年1月期)

■平均年齢/41.0歳

■資本金/6,000万円

■従業員数/526名



ふーどぴくと

# (株)フードピクト

神戸市灘区水道筋3-4 ☎ 050-5242-7698



公式サイト

フードピクトは、宗教上の理由やアレルギーなどで食べられない食材がある人たちのために、料理に含まれる食材をひと目で判断できるサインを開発、販売している。

👑ひょうごクリエイティブビジネスグランプリ2018 兵庫県知事賞

## 食材表示の国際標準規格を目指す



菊池信孝代表取締役(左)に話を聞く関西大2年の芦田優介さん

### 一どんな事業をしているのでしょうか。

「外大の学生時代、サウジアラビア人の留学生を日本食店に連れて行った際、イスラム教で禁じられている豚や酒が食材に入っているのではないかと不安になり、結局食べてもらうことができず、とても悔しい思いをしました。世界の3人に1人は、アレルギーかベジタリアンか、宗教上の理由で食べられないものがある。そこで、世界中の人たちが、料理に含まれる食材をひと目で判断できるサイン『フードピクト』があればよいと思い、事業化しました。異なる文化を超えてデザインするところが腕の見せ所です。現在は飲食店など1,600店にフードピクトをライセンス販売しています」

### 一どのような働き方をしているのですか。

「社員は私だけで、プロジェクトごとにその事業に共感してくださる方や、事業を通じ

てスキルを磨きたい方に参画してもらっています。会社員の方も多く、普段できない仕事ができる喜びを感じてもらっています。メンバー間では、目の前にある課題を解決するより、その課題を生み出している社会のあり方を変えていくという価値観を大切にしています」

### 一これからの目標は。

「ライセンス先を増やすとともに、いずれはこのフードピクトを世界共通の国際標準規格にできないかと考えています。また、避難所で、避難している人への情報提供とニーズ把握ができる指差しコミュニケーションサインなど、食以外の分野にも事業を広げていきたいらよいですね」

(まとめ・山口裕史)

関西大学

芦田 優介さん

Check 学生が  
チェック!

3人に1人がアレルギーや宗教によって「食べられないもの」がある世の中で、誰もが気兼ねなく食卓を囲み交流や対話を楽しめるようにとの思いから生まれたフードピクト。デザインに文化的背景を取り込む工夫など、ピクトグラムのさらなる可能性を感じました。

### 企業データ

■設立(創業)/2017年  
■資本金/400万円

■売上高/1,000万円(2020年12月期)  
■従業員数/1名

■平均年齢/35.0歳



1889(明治22)年、開通直後の山陽鉄道(現JR山陽本線)姫路駅構内で弁当の販売を始めた。和風だしに中華麺の「えきそば」も支持される老舗だが、冷凍技術を生かした商品開発やデザイン性の高いパッケージの提案など、新機軸を次々と打ち出す。

## 冷凍技術で弁当販売好調



竹田典高社長(左)に話を聞く立命館大3年の川村優奈さん(中央)と下山凛さん

### —130年を超える歴史があります。

「幼い頃から線路に足を向けて寝るなど言われたぐらい、国鉄・JRとは関わりの深い会社です。駅弁を作る事業者だけに許された『駅弁マーク』はブランドです」

「創業者は料理屋でした。姫路に鉄道が開通し、それまで主流だったおにぎりに代わり、経木(きょうぎ)という薄い木の板でできた折り箱入りの弁当を売りました。日本初の幕の内駅弁です」

### —現在も新しいことにチャレンジしていますか。

「弁当の折り箱を作る部門を別会社化したショーワパッケージは、木と紙を組み合わせたデザイン性の高い容器が注目されています。

地球に優しい素材で、洋菓子などとも相性が良いですね。これまでは注文を待っていましたが、自社で企画し、ショールームも作っていきたいです」

### —コロナ禍の影響は。

「店舗販売や仕出しは落ち込みましたが、冷凍技術を生かして電子商取引(EC)に注力しています。冷凍の弁当を昨年末に発売し、好調です。添加物が少なく、作りたてに近い状態で召し上がってもらえるのが利点。冷凍、加熱してもよりおいしくなるよう工夫を続け、駅などで無人販売の可能性も探ります」

### —求める人材は。

「若手にもどんどん仕事を任せます。既存の事業もECなどの新規事業も、前向きに取り組める人と仕事をしたいですね」

(まとめ・高見雄樹)

立命館大学

川村 優奈さん

Check 学生が  
チェック!

「おいしさと安心のパートナー」という経営理念を、食材選びへのこだわりを通して具現化している会社だと感じた。その強みを活かして常に新商品開発や新規イベント開催にチャレンジしており、今後の活動に注目したい。

### 企業データ

■設立(創業)/1944年  
(創業1888年)

■資本金/6,700万円

■売上高/23億1,600万円(2020年8月期)

■従業員数/380名

■平均年齢/47.0歳