

あこうかせい

赤穂化成(株)

赤穂市坂越329番地 ☎0791-48-1111



公式サイト

赤穂化成は、江戸時代から続く製塩技術を継承し、総合ミネラルメーカーとして食塩から健康食品、食品添加物、医薬品原料、工業用原料に至るまで多彩な商品を生産しています。

👑 令和元年度 ひょうごコンリーワン企業

総合ミネラルメーカーとして発展



2022年度の入社式

江戸時代より塩田による日本の塩づくりを先導してきた赤穂地域。1971年には塩田による製塩は廃止されましたが、赤穂東浜塩田の流れをくむ赤穂化成は、自然塩運動に応える形で「赤穂の天塩(あましお)」を商品化。以降、高知県室戸沖で採取した「海洋深層水」

が、血液サラサラ飲料として注目され、大ヒット。その後もおいしく塩分補給できる「熱中対策水」など社会に役立つ商品を開発してきました。

また、ミネラルの技術を生かした医薬品原料のほか、食品添加物や特殊黒色顔料、豆腐の凝固剤等をラインアップ。「様々な分野の商品があるため、不況に強いというのが特長。思わぬ所で自分たちの商品が使われていたり、お客様に“ありがとう”という言葉をかけていただけたりと、社会に役立っている実感がいやがいにつながります。」と専務取締役の池上幸志さん。

チャレンジでき、風通しの良い社風

熱中対策水や特殊黒色顔料をはじめ同社のヒット商品の多くは社員からの発案で生まれたもの。だれもがアイデアを出し、それを尊重する風土が社内に根付き、希望者は誰でも参加できる英語研修が週2回行われるなど、挑戦を促す場も用意されています。

新入社員歓迎ボウリング大会や秋のスポーツ大会、10年ごとの節目に行われる海外旅行などの行事も多く、風通しの良い社風が築かれています。池上さんは「先入観にとらわ

れない発想で新しいことにチャレンジしてほしい」と呼び掛けています。



汗に近い成分を補給できる熱中対策水

企業データ

■設立(創業)/1971年
■資本金/3,000万円

■売上高/100億円以上(2022年3月期)
[AKOグループ連結]
■従業員数/203名

■平均年齢/41.0歳



淡路麺業は、2007年以降、それまでのうどん製造から生パスタ製造へと業態を切り替えました。全国3,000軒の飲食店に生パスタを販売し、家庭用市場にも切り込もうとしています。

👑成長期待企業
👑兵庫県立地支援企業

五つ星ホテルや有名レストランでも使用される生パスタ



定番商品から季節限定商品など40種類以上の生パスタを製造

うどん専門メーカーとして100年近く歴史を刻んできた同社が、うどん事業の厳しい先行きを見越し、生パスタ事業に大きくかじを切ったのは2007年のこと。うどんに代わる事業を模索する中でたどりついたのが生パスタでした。「うどんやそば、ラーメンは生麺

が主流なのになぜパスタは乾麺が主流なのか？という疑問を抱き100年以上の麺づくりのノウハウを活かせば本当においしい生パスタを提供できるのではと考えた」と5代目社長の出雲文人さんは振り返ります。

試作を500回以上繰り返して完成した生パスタは、小麦本来の風味が豊かでしっかりとしたコシと弾力が特徴。

また、生パスタを販売するだけでなくラボと呼ばれる社内のキッチンスタジオで調理講習会を実施したりそれぞれの生パスタに合ったレシピを提供したりと繁盛サポートも充実しています。そうした取り組みが評価され今や販売先は全国に3,000軒にのぼり、大手ファミリーレストランや星付きホテルなどでも使用されています。

生パスタをご家庭でも手軽においしく

近年はプロ向けの生パスタにとどまらず、ご家庭でも調理しやすい一般消費者向けのパスタやソースなどの開発にも注力しています。「日本のパスタ市場はまだ未成熟なので生パスタの可能性はこれから」と出雲さん。「淡路島から日本のパスタ文化に革命を起こす」と意気込んでいます。



レストランだけでなく
ご家庭でもおいしい生パスタを

企業データ

■設立(創業)/1968年
(創業1909年)
■資本金/1,500万円

■売上高/8億2,000万円(2022年3月期)
■従業員数/58名

■平均年齢/37.4歳

いとうでんき

伊東電機(株)

加西市朝妻町1146-2 ☎0790-47-1225



公式サイト

物流センターや工場モノを正確に、迅速に運び、仕分けるための駆動源であるモーターローラを1975年に世界で初めて開発した伊東電機。国内シェア70%、世界シェア50%を誇ります。

- 🏆平成28年度 ひょうごオンラインワン企業(令和3年度再認定)
- 🏆平成30年度 ひょうごNo.1ものづくり大賞 大賞
- 🏆令和3年度 ひょうごNo.1ものづくり大賞 選考委員会特別賞
- 🏆兵庫県立地支援企業

モノを運ぶ現場の脱炭素化、DXにも貢献



世界シェアNO.1

Eコマースの隆盛に伴って日々忙しく稼働する物流センター。そこで大量かつ多様なモノの流れを支えているのが同社の「パワー

モラー」です。搬送装置に組み込まれたパワーモラーにはモータと減速ギアが内蔵され、回転しながら上に載ったモノを正確に迅速に目的の場所へ運びます。

近年は、ソーラーバッテリーで駆動できるようにしたり、遠隔でも細かな動きを制御可能にすることで、物流現場や工場の脱炭素化やDX(デジタルトランスフォーメーション)にも貢献。2020年度には経済産業省からグローバルニッチトップ企業にも選ばれ、今後は欧米、アジア市場をさらに開拓していこうとしています。

「何でも自分たちで作る」チャレンジ精神

搬送技術のノウハウを生かした新事業が、最小栽培空間のセルごとに光、空調を管理し、効率的に出荷できる次世代型植物工場です。これらの旺盛な開発力を支えているのが「何でも自分たちで作る」というチャレンジ精神。生野高原の、木工所や鉄工所が併設されたイノベーション創造拠点にあるログハウスや野球グラウンドも社員の手づくりによるもの。「部署をまたがって参加する社員どうしの絆も深まり、風通しの良い社風の醸成にもつながっている」とのこと。入社5年間は奨学金の3分の2を、30歳までは3分の1を負担する返済支援制度を設けるなど新卒社員を受け入

れるための制度も充実しています。



企業データ

■設立(創業)/1965年
(創業1946年)
■資本金/9,000万円

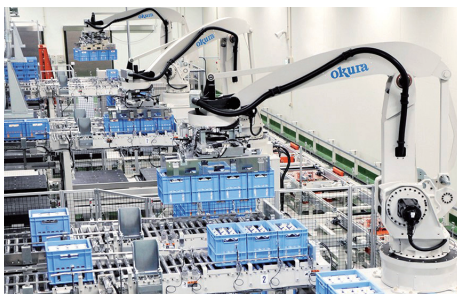
■売上高/219億円(2022年3月期)
[連結]
■従業員数/380名

■平均年齢/35.0歳



ネット通販で今日注文した品物がその日には届く。こうした迅速で正確なものの流れを支えているのが物流倉庫や製品工場で使われるコンベヤや仕分け装置などオークラ輸送機の製品群です。

迅速で正確なモノの流れを支える



乳業メーカーで活躍するロボットパレタイザ

1955年に日本初の量産型コンベヤを開発したのを皮切りに、パレット（荷物を載せる

台）へ荷物を積む装置、行き先別に荷物を仕分ける装置などを業界に先駆けて開発し、工場や倉庫内の荷役作業の自動化に貢献してきました。工場や倉庫には、こうしたさまざまな物流専用機械が組み合わせられて荷物を迅速かつ正確に出し入れしています。「長年の蓄積を生かし、ユーザーの目的に合わせて最適な物流システムを提案できるエンジニアリング力が最大の強み」。同社の機器、システムは大手通販会社、食品メーカーなどで採用されており、私たちの生活を見えないところで支えています。

風通しの良い風土を大切に

2022年に創業95周年を迎えました。21年に竣工した本社ビルのオフィスフロアはゆったりと席が配置され、部署間の仕切りがないオープンなつくりになっています。集中・対話・リラックスなど働き方に応じたスペースが社員同士の良好なコミュニケーションを促しています。同時に服装も自由化し、社内には明るい雰囲気漂っています。「こうした風通しの良い風土によりお互いが当たり前のように声かけをすることでケガや事故のない現場、そして柔軟で新たなアイデアを創出する風土の醸成につながっている」。創業100周年を目前にさらに進化を遂げようとしています。



曲線で「流れ」を表現したデザインの本社ビル

企業データ

■設立（創業）／創業1927年

■売上高／355億7,000万円（2022年3月期）

■平均年齢／42.6歳

■資本金／13億3,056万円

■従業員数／603名

おおちのうえん

(株)大地農園

公式サイト

丹波市山南町きらら通3 山南町工業団地内 ☎0795-77-2311

ドライフラワー、プリザーブドフラワーを総合的に扱うメーカーとしては世界ナンバーワンの大地農園。花や緑をきれいなまま長持ちさせる技術でさらなる飛躍を目指しています。

👑令和2年度 ひょうごオンリーワン企業
👑平成27年度 兵庫県環境にやさしい事業者賞

花を加工しあらゆる場に生かす



お客様に感動を与えるプリザーブドフラワー

乾燥させて水分を抜き自然な風合いに加工するドライフラワー、本物の植物の水分を特殊な液体と置き換えることで見栄え、質感を

保ちながら長持ちできるように加工されたプリザーブドフラワー。大地農園はこのどちらにおいても高い技術を持ち、かつ多くの花の種類を扱うという世界でも類を見ないメーカーです。

バラ、アジサイ、カスミソウなどの花は世界の栽培適地から仕入れ、丹波市の工場で加工した後、国内外に出荷されていきます。現在、新たに注力しているのがオフィスやホテルの壁面を飾るプリザーブドフラワー。「植物は人に安らぎをもたらす。その効果を実感してもらえよう植物の持つ香りも含めて伝えていきたい」と社長の大地但さんは話します。

欧米に拠点、海外展開さらに

植物は生き物。かつ作業は人間の手に頼るところが多くなります。「それだけに働く社員がいかに気持ちよく、やる気を持って働けるかが大事」と、多様な働き方を促す制度を設ける一方、人との関係性、問題解決能力、技術の3要素で目標を設けたうえで一人ひとりの社員を評価し、給与にも反映するようにしています。

折からのコロナ禍でSNSを活用した発信を強化したところ、国内外からの反響が増えました。近くアメリカ、ヨーロッパそれぞれに物流拠点を整備し、世界展開をさらに強

化していこうとしています。



全社風景

企業データ

■設立(創業)/1981年
(創業1955年)
■資本金/5,000万円

■売上高/30億円(2022年5月期)
■従業員数/180名

■平均年齢/45.0歳



クローゼットや手洗い・洗面カウンターをはじめとする住宅設備メーカー。2020年以降を「オーリス3.0」のステージと位置づけ、人に投資をしながら新たな事業機会を開拓していこうとしています。

🏆平成28年度 兵庫県環境にやさしい事業者賞

「人の幸せ」をテーマに提案



ce-fitショールーム

開閉時の指詰めを防止する折れ戸、簡単に部屋の模様替えができる可動間仕切り収納など多くの独自製品を開発してきました。大手ハ

ウスメーカー向けOEM（他社ブランド製品の製造）が主力事業ですが「厳しい要求に応える技術、設備を持ちながら、こちらからも提案することで、大手得意先様との関係を築いてきた」と社長の彦坂充宏さん。テーマは「人の幸せ」。例えば、家事動線を考え洗面脱衣室に収納場所を設けることで無駄な時間（歩数）を減らすことができる新たな暮らし方の提案も行っています。

環境への取り組みにも熱心で、他社では使った後に残った端材を再利用するところ、そもそも端材を出さないよう材料の使い方を設計するところから取り組むなど徹底した思考は他社の追随を許しません。

一人ひとりの社員の成長を応援

20代半ばで課長に、30代で執行役員に昇進する社員も多く、若い時から責任と仕事が任されることも同社の特長です。コロナ禍を受け、デジタルツールを活用した社内コミュニケーションを導入し若手社員の意見を反映させやすい仕組みもついています。

2020年には人、組織に重点的に投資し、新規事業の育成に注力していくことを宣言。「働き始めてからもっと学生時代に勉強しておけばと思うものですが、当社は資格取得や勉強したいことがあれば応援もする。会社に

入ってからのほうがより勉強したい方向性が見え、追求できる。どんどんと成長してほしい」と話しています。



生産設備

企業データ

■設立（創業）／1946年
■資本金／8,000万円

■売上高／36億6,914万円（2022年3月期）
■従業員数／153名

■平均年齢／44.3歳

おとわでんきこうぎょう

音羽電機工業(株)

尼崎市潮江5-6-20 ☎06-6429-3541



公式サイト

強大な電気エネルギーを放つ雷から電子インフラを守る避雷器を製造・販売する雷対策の専門メーカー。時代の変化をにらみながら、ニーズに沿った製品の開発も見据えています。

🏆平成28年度 ひょうごオンラインワン企業 (令和3年度再認定)

雷から社会を守る専門メーカー



雷テクノロジーセンター外観

雷の発生数は気候変動に伴って年々増加傾向にあります。落雷後、雷の異常な電気は電源線や通信線などを伝わり、建物内にある電

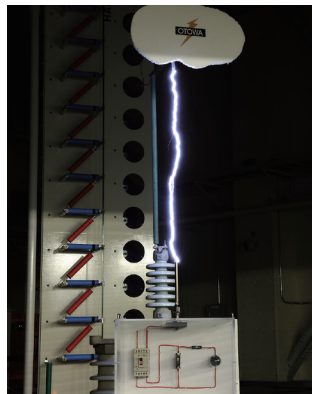
子機器類に影響を及ぼし、設備や装置などに誤作動や異常をきたす原因となります。同社はこうした雷から社会を守るための避雷器のメーカーとして国内トップクラスのシェアを誇ります。

「以前は主にインフラ設備向けが主なお客様でしたが、近年ではさまざまな設備が電子化され、雷によるリスクが大きい工場やデータセンターなど、産業民生分野でのニーズが大きくなってきている。電子化された設備では落雷リスクが増大しているとも言えます」と吉田厚専務取締役。アフリカやアジアをはじめ海外市場も積極的に開拓し始めています。

若い力に委ねブランド力を向上

同社では近年、若い社員の活躍も目立っています。「経営層から若い社員まで皆が気さくで、風通しの良い会社です」。会社のホームページやツイッター、フェイスブックを活用した会社の情報発信についても若い社員を主体としたプロジェクトチームに委ね、「自由な発想で雷の専門メーカーである当社のブランド力の向上に貢献してくれています」と話します。「IoT化、リモートワークの増大などコロナ禍に伴い変化が進む中で社会を雷からどう守れるか柔軟に提案していかなければなりません。これからも若い人たちの発想を

楽しみにしています」と期待を込めて語ります。



高電圧試験設備の放電実験の様子

企業データ

■設立(創業) / 1946年
■資本金 / 8,190万円

■売上高 / 121億円 (2022年3月期)
[グループ連結]
■従業員数 / 280名

■平均年齢 / 44.3歳



コンピュータ式量製造システムや自動壁紙糊付機で培った技術を生かし、各種自動化・省力化機器へと事業を展開。近年ではリチウムイオン電池製造工程の一部の生産設備も受注・開発するなどユーザーニーズをくみ取り、オリジナル製品を創出し続けています。

🏆 令和元年度 ひょうごオンラインワン企業
🏆 令和2年度 ひょうご No.1ものづくり大賞 製品・部材部門賞

特許出願数は700超



令和4年4月完成 神岡新工場

1948年に量製造機器メーカーとして創業。現在は量事業のほか、全国シェア9割以上を占める自動壁紙糊付機を柱とするインテリア事業、特殊機能量商品などのコンシューマ事

業、大手牛丼チェーンでも採用されている味噌汁ディスペンサーなどの食品機器事業、リチウムイオン電池製造工程の一部の生産設備などの産業機器事業まで幅広く展開しています。「常にユーザーのニーズに合わせ製品開発を続けてきた」と取締役総合企画室長の頃安憲司さん。700を超える特許出願数（2021年6月末時点）がそれを物語っています。

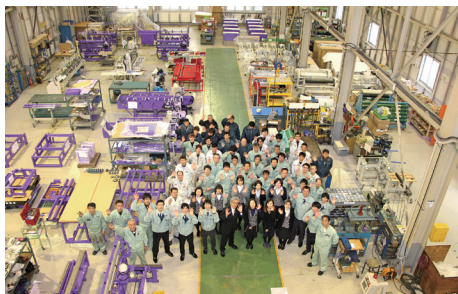
18年9月には東証JASDAQスタンダード市場（現:スタンダード市場）に上場。上場で得た資金の一部は神岡工場の製造能力増強、生産効率化に投資し、22年末には拡張工事が完成する予定です。

自分で考える習慣を徹底

入社6年目の田中彩加さんは採用業務などのほか月刊社内報の編集を担当しています。「入社時から、自分だったらどうするかを考えるように上司から教わってきた」と言います。社内報では自ら提案して若手社員をインタビューするコーナーも設けており「やりがいを感じる」と話します。

自ら考える習慣は新事業開発にも生かされています。各部門の社員によって結成されたプロジェクトチームから生まれたアイデアが21年4月に事業化されました。葬祭用特殊量を製造している縁から遠隔で葬儀に参列で

き、花やメッセージも贈れるオンライン葬儀システムで、ものづくり以外のサービス業にも新たな一歩を踏み出したところです。



読売テレビBEAT～時代の鼓動～撮影の一場面

企業データ

■設立（創業）／1948年
■資本金／6億3,111万円

■売上高／91億6,942万円（2021年9月期）
（連結）
■従業員数／299名

■平均年齢／42.9歳

きんぐじょうぞう

キング醸造(株)

加古郡稲美町蛸草321 ☎079-495-0010



公式サイト

みりん風調味料、本みりん、清酒など多様な醸造商品の製造を手がけ、料理酒ではシェアNo.1を誇る。大手メーカーが競合にひしめく中、時代のニーズを捉えた商品で存在感を発揮しています。

地元産、健康…、ひと手間かけた商品を開発



工場建屋の一つ

料理に甘みや照りを加え、和食に欠かせない調味料として定着しているみりん。本みりんはアルコール度数が13～15度と高いため酒類扱いになり、酒販免許が限られていた

時代には販売できる店が限られていました。1960年代に、当時台頭しつつあったスーパーでも販売できるよう度数を1%以下に抑えたみりん風調味料をいち早く開発し、ヒット商品に育てました。

「競合メーカーには大手企業が多く、同じような商品を作っているのは生き残れません。時代を先読みし、ひと手間かけた商品づくりを心がけています」と大西浩介社長。近年も本社を置く稲美町産米を使ったみりんや、健康志向に応えたみりんと同じ使い方ができる調味料「甘みとココの糖質ゼロ」を商品化し、好評を得ています。

和食人気追い風に、世界47カ国で商品を販売

「和食」がユネスコの無形文化遺産に認定されたことにより、人気の世界で高まっており、それにつれてみりんの認知も浸透。現在では世界47カ国で販売されています。また、ワイン酵母を使うことで華やかな香りをつけた日本酒の売上も海外で好調です。

コロナ禍で自炊の機会が増えたタイミングを捉え、ユーザーによるコミュニティ「日の出自炊部」を発足させました。のべ1,200人が参加し、同社の調味料を使った料理をインスタグラムに投稿してもらうなどしてファンを増やしています。「今後は、ライフスタイ

ルの変化をとらえ、外食や中食(スーパーで売られるお惣菜)などにも広く使ってもらえるようアピールしていきたい」と話しています。



主力商品一覧

企業データ

■設立(創業)/1900年
■資本金/9,940万円

■売上高/123億円(2021年9月期)
■従業員数/245名

■平均年齢/39.0歳



桑村繊維は、北播磨地域に集積する播州織業界の中で早くからオリジナルの織物を企画提案しており、近年は国内だけでなく海外市場の開拓にも注力しています。

各部門で企画し、独自商品を提案



当社展示会風景

江戸時代から当地に根付く播州織の特徴は、糸を織り上げる前に染める先染めの製法によって織物が作られることで、織物に豊か

な色合いと風合いを与え、色落ちしにくいなどの利点を持っています。その播州織のリーディングカンパニーとして業界を牽引し続けているのが桑村繊維です。

同社の事業部門は素材や顧客ごとに10に分かれ、各部門に企画担当者、デザイナーを配置し、レディースやメンズのファッション衣料向けを主体に独自に開発した生地を顧客に提案しています。「入社3年目ほどで企画やデザインを任せており、各部門で競い合いながら開発できる環境がやりがいにつながっているようです」と総務部長の飛田幸伯さん。

女性活躍の場、さらに

国内の消費が頭打ちになっていることから近年注力しているのが輸出です。ニューヨーク、パリ、上海などの展示会に積極的に出展を続けており、「メイドインジャパンに対する品質への評価が高い」ことから現在は売り上げに占める輸出比率は25%にまで高まっています。

最近では各部門でインスタグラムを活用した商品の情報発信も始めており、新たな顧客開拓にもつながっているとのこと。「もっと女性社員に営業にも出してもらい生の声を商品開発に生かしてもらおうなど、女性活躍の場も広げていきたい」と話し、時代に合わせた方

法で活路を開こうとしています。



打ち合わせ風景

企業データ

■設立(創業)/1950年

(創業1928年)

■資本金/2億1,000万円

■売上高/61億2,700万円(2021年9月期)

■従業員数/118名

■平均年齢/44.5歳