

企業研究

学生が聞く



2018

7

日本で最初に誕生したナッツ専門メーカーで、約60年前からアーモンドやカシユーナッツなどを販売している。おつまみの定番商品、ミックスナッツ缶の8割を製造。健康食品としてナッツの人气が高まる中で、さらなる市場規模の拡大を狙う。立命館大の金昌柱准教授のゼミ生が中島洋人社長を訪ねた。

―製法やこだわりは。

「原料となる木の実には海外から輸入し、自社で加工しています。同業他社より多くの機械を使って、それぞれのナッツに合った風味や食感の追求に力を入れています。非効率かもしれませんが、こだわりです」

「悩みは、多くの小売店でナッツが一つのブランドしか扱われておらず、食べ比べができないこと。当社

東洋ナッツ食品(神戸市東灘区)

中島洋人社長(58)



中島洋人社長(右)に話を聞く立命館大3年の黒川友恵さん(左)と貝原匠さん＝神戸市東灘区深江浜町



エムラボ

拡大の余地はあります」

―4月には神戸・三宮に直営店をオープンした。

「これまでは顧客の声を

聞く機会がありませんでした。直営店ではミックスナ

ッツは扱わず、お客さまに

自分の好みで組み合わせ

もらっています。店名は『ナ

ッツ オン!』。マーケテ

ィングデータも取りたいの

で、あえて店内で社名は出

していません」

―今後の戦略は。

「ナッツを買うのは50

60代の女性が多いんです

が、若い女性にもアプロ

チしたいですね」

(まとめ・塩津あかね)

「トンプラント」の名称で展開



ナッツ市場の拡大目指す

1959年設立。日本で最初に輸入アーモンドの加工・販売を始めた。2017年9月期の売上高は83億3000万円。従業員221人。18年春の採用は2人、19年春は7人を予定。神戸市東灘区深江浜町30。☎078・452・7200

メモ