

(株)ウィル

宝塚市逆瀬川1-14-6 ☎0797-74-7272

不動産業界のイメージを向上させたいとの思いから、営業所をショールーム化したり、仲介料をキャッシュバックしたりと、顧客本位の取り組みを進める。同時に、リフォーム、学習塾やシェアハウスの経営など新たな事業分野の開拓にも余念がない。

- 設立(創業)／1993年
- 資本金／2億7,121万円
- 売上高／50億8,600万円(2015年12月期)
48億8,100万円(2016年12月期)
52億2,200万円(2017年12月期)
- 従業員数／199名(グループ全体)
- 平均年齢／29.9歳(ウィル単体。正社員のみ)

窓口一元化でリフォーム提案

— **きれいな営業所だ。** 友野氏：「1993年の創業当時、業界の一般的な印象は、荒っぽい、怪しい、怖い—でした。家を買うという人生の一大事に関わるのに。そこで、外から営業所内が見えるようにしたり、デザイン家具を並べたり、安心感と清潔感のある店にしました。30代を中心に支持を得ています」

— **サービス面の強みは。** 坂根氏：「顧客の潜在ニーズを引き出す窓口対応です。普通は『駅から徒歩5分』と言われたら、その条件で検索して紹介するだけ。当社はなぜ5分かを尋ねます。『夜道が不安だから』など理由が分かれば、駅からは遠くてもバス停に近い物件が候補に入ります。こうして最初の希望とは違う家を購入した顧客も。提案力には自信があります」

— **今後の事業展開は。** 友野氏：「日本の世帯数は2020年以降に減少に転じるとされています。リフォームは、国も空き家対策としており、今後の成長が期待できる



代表取締役の坂根勝幸氏(中央)と友野泉氏(左)に話を聞く関西学院大3年の和島陽菜さん

事業です。予算内で趣味や生活スタイルに合った家が手に入り、顧客満足度も高いですから。当社は、中古物件の販売からリフォームの設計、金融機関の紹介までワンストップで提供し、利便性の高さをアピールしています」

— **求める人材は。** 坂根氏：「当社には『一生懸命』を称賛する文化があります。純粋な気持ちで頑張れる人に来てほしいですね」

(まとめ・中務庸子)

Check 学生が チェック!

関西学院大学
和島陽菜さん

人材を大切に、社員同士のコミュニケーションやつながりをとても大事にされている印象を受けた。各部署の引き継ぎがスムーズでお客様に事業を横断した提案ができるというこの会社の強みは、こういった社風があってこそものなのだと感じた。

エム・シーシー食品(株)

神戸市東灘区深江浜町32番 ☎078-451-1481

業務用の缶詰カレーや冷凍のクリームコロッケなどを、食品業界の中で先駆けて製品化してきた。本物の味にこだわり、家庭用商品でも高い支持を得ている。

- 設立(創業)／1954年(1923年創業)
- 資本金／9,000万円
- 売上高／132億円(2016年8月期)
129億円(2017年8月期)
- 従業員数／315名
- 平均年齢／44歳

手作りの味にこだわり続け

― 会社の歴史を教えてください。 「1923(大正12)年、創業者の水垣宏三郎が前身の水垣商店を創立。いちごジャムの缶詰製造を始めました。戦後、エム・シーシー食品として再出発。世界中を巡って各国の食文化を研究し、ミートソースなどの調理缶詰を製造しました。65年に新幹線の食堂車にレトルトハンバーグやカレーが採用され、会社は急成長。現在は業務用と家庭用で計約千種類の商品を手掛けています」

― 強みは何ですか。 「製法へのこだわりです。例えば、カレーに使う素材は直火(じかび)釜でじっくりソテーし、プロの調理手順を再現することで、手作りの味に限りなく近づけています。また、新鮮な旬の食材を使いたいので、季節によって異なる地域から仕入れるものもあります。顧客から『ニンジンの色がいつもと違う』というご意見をいただくこともあります、それは産地が違うからなんですよ」



水垣佳彦常務に話を聞く関西大3年の杉谷和佳奈さん

― 新たな取り組みは。 「出資するたつの市の農業法人とバジルを栽培しています。パスタソースやドレッシングを開発し、2015年にイタリア・ミラノ国際博覧会に出展。本場でも好評でした。ほかにも韓国で現地の乳製品メーカーと提携してカレーを生産、販売しています。日本の人口が減少する中、海外展開にも力を入れていきます」

― 求める人材は。 「食への興味や好奇心があり、味に感動できる素直な人がいいですね」
(まとめ・中務庸子)

関西大学

杉谷和佳奈さん

Check
学生が
チェック!

食の安全と安心を心がけ、調理にこだわり家庭の味を作り出していることに魅力を感じ、感銘を受けた。社員の方が一つ一つこだわりを持って創り上げてきたたくさんの商品をより多くの人に知ってもらいたいと思った。

菊正宗酒造(株)

神戸市東灘区御影本町1-7-15 ☎078-854-1023

360年にわたる歴史を持つ老舗酒造会社。伝統の製法にこだわった辛口の日本酒は、飲食店などプロからも信頼が厚い。2016年には、130年ぶりとなる新ブランド「百黙（ひゃくもく）」を発売した。

伝統的な製法にこだわり

— **酒づくりの特徴は**。「アルコールをつくる酵母を育てる『酏（もと）』を、水と米と米こうじから手作業でつくる『生酏（きもと）づくり』です。通常の倍以上の手間と時間がかかりますが、昔ながらの製法で、すっきりとキレのある辛口の酒を提供しています。高級品だけでなく、9年前から定番の商品にも導入しました」

— **新ブランドが話題だ**。「菊正宗は和食を引き立たせる辛口で、日本酒の王道といえます。これに対し二つ目のブランド、百黙はクリアで透明感があり、フランス料理やイタリア料理にもよく合います。反響は大きいですよ。兵庫県内での限定販売ですが、来秋には東京などに地域を拡大したいと思っています」

— **清酒の輸出が好調だ**。「菊正宗は、アジアや米国など27カ国・地域に輸出しています。売上高の4%ほどですが、毎年2桁増で、昨年度は30%増えました。百黙は今年9月のフランス・パリを皮切りに、米国やシンガポールへも輸出します。海外で

- 設立（創業）／1659年
- 資本金／1億円
- 売上高／115億円（2015年3月期）
110億円（2016年3月期）
110億円（2017年3月期）
- 従業員数／310名
- 平均年齢／41.2歳



嘉納治郎右衛門社長（右）に話を聞く関西学院大3年の黒澤良輔さん

は日本食や日本酒への関心が高まっており、百黙は菊正宗の新しい顔として認知してもらえるでしょう」

— **今後の取り組みは**。「伝統的な製法へのこだわりもあり、当社は業務用のシェアが高いんです。プロに支持される酒づくりをさらに発展させ若い人にも飲んでもらいたいですね」

— **求める人材は**。「失敗を恐れず、新しい視点や方法に挑戦できる人にぜひ来てほしいです」（まとも・塩津あかね）

Check 学生が チェック!

関西学院大学
黒澤良輔さん

お客様の信頼と正品正価の心を大事に、長く引き継がれてきた伝統を大切に継承しながらも、新たな風を吹かせるべく、さらなる発展に挑戦しようとする同社の真摯な姿勢に非常に感銘を受けた。

KCJ GROUP(株) (キッザニア甲子園)

西宮市甲子園八番町1-100 ☎0798-81-0182

3~15歳向けの職業社会体験施設「キッザニア甲子園」(西宮市)などを運営。施設内は、現実社会の約3分の2サイズの街並みに、約60の実在する企業が出展するパビリオンが並び、その中で子どもたちは約100種類の仕事やサービスを体験することができる。

- 設立(創業)/2014年
- 資本金/2億5,200万円
- 売上高/非公開
- 従業員数/2,108名
- 平均年齢/29.0歳

キッザニアに年間70万人超

一 **キッザニアの概要を。**「メキシコの会社が開発した屋内型施設で2006年、東京に同国以外で初めてオープン。甲子園は09年に日本で2番目の施設として誕生しました。年間来場者数は、リピーターを中心に71万5千人を数えます」

「仕事は医師や消防士、新聞記者、バスガイドなど様々です。スタッフの説明を

受け、1種類につき約30分間体験します。報酬は専用通貨で受け取り、施設内の買い物やサービスを受ける際に使ったり、預金したりできます」

一 **支持される理由は。**「子どもが自然に、自発的に大人の役を演じられる環境を整えていること。楽しみながら、働く意味や社会の成り立ちを学べます。幼稚園、小中学校の団体利用も多く、約7割はリピーターでしょうか。」

一 **職業の人気に偏りは。**「よく聞く企業、特に食品関係などが選ばれがちではありますが、水道やボイラの修理なども根強いファンが多いですよ。どこもそれほど差はありません」

「親の職業を勧められて体験し『僕にはできない。こんな難しい仕事をしているお父さんはすごい』と気付くこともあるようです」

一 **求める人材は。**「子どもが好きで、コミュニケーション能力がある人。子どもたちはいつも真剣勝負です。生徒ではなく、少しでも年下の同僚という感覚で接しています」

(まとめ・佐伯竜一)



KCJ GROUPの野並健治執行役員(右)に話を聞く武庫川女子大3年の古谷茉由さん

武庫川女子大学
古谷茉由さん

Check
学生が
チェック!

子どもたちの生きる力を育む「エデュテインメント」をコンセプトにし、新しいビジネスモデルをつくった創造性豊かな企業。競争相手があまり存在しない中でも、今もさらなる向上心を持ち、魅力的な取り組みをしている姿が印象的だった。

マニキュアやジェルネイルなどのネイル関連商品の専門商社で、主にプロのネリスト向けに卸売りをしている。品ぞろえは3万点に及ぶ。取引先からの信頼も厚い。近年は、美しさを追求するファッション分野だけでなく、爪の保護を目的とするスポーツや福祉の分野にも力を入れる。

👑 平成26年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

- 設立(創業) / 2000年(創業1998年)
- 資本金 / 5,000万円
- 売上高 / 69億2,500万円(2015年12月期)
66億 300万円(2016年12月期)
72億3,800万円(2017年12月期)
- 従業員数 / 261名
- 平均年齢 / 33歳

ネイルの新たな価値模索

ー **ネイル市場の現状は。**「欧米では男女を問わずサロンで爪の手入れをし、アジアでも人気が広がっていますが、日本ではネイルサロンを利用した経験のある人はまだ10%ほど。女性のおしゃれというイメージが強いですね。ただ最近は料金も安くなっています。伸びしろはあります」

ー アスリート向けのネイル事業にも注力している。

「スポーツをする人の爪を健康に保つネイルオイルを販売しています。爪が割れたときの応急処置に使うネイルテープはクッション性に優れ、実際にプロ野球選手にも使ってもらっています。スポーツ向けのネイルケア用品は、国内の営業基盤を固めた上で、海外でも展開していきたいと思います」

ー **新たな展開は。**「ネイルというと、アートのイメージが強いですが、爪をきれいに整えケアするだけで、自分に自信を持つことにもつながるんです。おしゃれとしてだけでなく、もっと違う価値がないかを常に模索しています。例えば、高齢者の



高野芳樹社長(左)に話を聞く甲南女子大3年の石川明日香さん

甲南女子大学

石川明日香さん

Check
学生が
チェック!

ネイルといえば“美容”といったイメージだったが、ネイルで世の中の困っている人を助けるといった活動をたくさん行っていた。また、社員同士とても仲が良く、温かい雰囲気、楽しく働くことができる会社だと感じた。ネイルで社会に貢献するジャンルがどこまで広がるかととても興味深いし、注目したい点であった。

ネイルケアは巻き爪のほか、認知症の予防にもなるとされます。福祉分野の需要も探っていきます」

ー **求める人物像は。**「人の役に立ちたいという思いを持った人。当社は年齢に関係なく仕事の内容で評価します。新しいことにチャレンジできる『キラリと光る個性』を待っています」

(まとめ・綱嶋葉名)

東洋ナッツ食品(株)

神戸市東灘区深江浜町30 ☎078-452-7200

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ュ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気の高まる中で、さらなる市場規模の拡大を狙う。

- 設立(創業)/1959年
- 資本金/9,060万円
- 売上高/87億6,000万円(2016年9月期)
87億6,500万円(2017年9月期)
83億3,000万円(2018年9月期)
- 従業員数/230名
- 平均年齢/44歳

ナッツ市場の拡大を目指す

— 製法やこだわりは。 「原料となる木の実実は海外から輸入し、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。当社のこだわりも消費者に響きにくく、安値で大量生産するブランドに浸食される危機感があります」

— ナッツの人気の高い。 「テレビ番組で健康に良いとの認識が広がり、市場は10年前に比べ1.5倍の350億円に拡大しました。じか火で香ばしく深いきりした商品は人気で、生産が追いつかない状態です。それでも韓国では日本の倍のアーモンドを食べ、3倍食べる欧米では、食事にも取り入れている。まだまだ拡大の余地はあります」



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

立命館大学
貝原匠さん

Check
学生が
チェック!

「ナッツの実力(ミリオク)を引き出す。」そこには、日本でナッツを初めて販売した会社ならではの思いが詰まっていた。先人たちの努力と未来に届ける思い。人の心を大切にする会社のナッツを皆さんにもぜひ味わっていただきたいと感じた。

— 今後の戦略は。 「ナッツを買うのは50～60代の女性が多いのですが、若い女性にもアプローチしたいですね。そういった目的でマーケティングの実験店舗をオープンしました。新たな顧客にリーチするため東洋ナッツブランドとしてではない直営店です」

(まとめ・塩津あかね)

富永貿易(株)

神戸市中央区御幸通5-1-21 ☎078-232-8600

ミナト神戸で1世紀近く貿易業を営んでいる。時代の変化に合わせ、青果物の輸出から缶の輸入、飲料の製造と、巧みに経営のかじを切ってきた。特に品質にこだわった低価格飲料ブランド「神戸居留地」で広く知られる。

- 設立(創業)／1949年(創業1923年)
- 資本金／7,516万円
- 売上高／412億円(2015年12月期)
387億円(2016年12月期)
393億円(2017年12月期)
- 従業員数／125名
- 平均年齢／36.1歳

ベンチャー精神守り続け

一 歴史を振り返ると。「1923(大正12)年の創業以来、淡路島産のタマネギやカボチャなど青果物の輸出を手掛けていましたが、85年のプラザ合意で環境が一変。急激な円高で輸出が立ちゆかなくなり、輸入にシフトしました」

一 大変だったのでは。「台湾や韓国で安価に調達できる飲料用の缶に着目しまし

た。国内の飲料メーカーに資材として卸し、さらに『神戸居留地』のブランドでオリジナル飲料を企画。国内の協力工場に製造を委託し、販売しています。スーパーのプライベートブランド(PB)商品の企画も舞い込み、飲料事業は主力事業に育ちました」

一 将来を見据え、どんな事業に注力しますか。「国内の人口が減っていく中で、成長の舞台を海外市場に求め、再び輸出に力を入れようとしています。例えば、日本の多彩な清酒をアジアや欧州、米国に届けたいと考えています」



富永昌平社長(右)に話を聞く甲南大学3年の深町肇さん

Check 学生が チェック!

甲南大学
深町肇さん

富永貿易は飲料・輸入グロッサリー・PB商品開発など、様々な事業を幅広く展開する創業から約100年の企業。今回、お話をうかがったAHMAD TEAも、私がよく行く飲食店に置いてあり、こんな身近なところにと驚いた。社長も若く、会社に対する情熱を強く感じた。

「とはいえ、国内市場を重視することには変わりはありません。市場シェアを高めることで、まだまだ成長を図れます。現在、日本の総代理店を務める英国紅茶ブランド『AHMAD TEA(アーマッドティー)』の市場開拓に注力しており、培った手法を他の商材にも生かすつもりです」

一 求める人材は。「老舗と言われるようになって、ベンチャー精神を大切にしています。新しいことにチャレンジしたい仲間と一緒に働きたいですね」(まとめ・長尾亮太)

(株)ナンバーズリー

神戸市中央区港島南町7-1-27 ☎078-306-1177

👑兵庫県立地支援企業

美容室向けのヘアケア商品を製造している。肌にやさしい製品の開発などを進め、少子高齢化で顧客が減る美容室の発展をサポート。3年前、神戸を拠点に新たなブランド戦略を展開しようと、大阪から本社を移した。

- 設立(創業)／1956年
- 資本金／1億円
- 売上高／35億 300万円(2016年5月期)
33億4,800万円(2017年5月期)
33億5,300万円(2018年5月期)
- 従業員数／150名
- 平均年齢／39歳

インバウンド対策に活路

一 **美容業界の現状は。**「国内の美容室は約23万7千店に上り、コンビニの5倍近くもあります。美容師の数は49万6千人で、利用人口は5千万人。美容師1人当たりの客数は100人になります。この数倍くらいあるのが理想で、現状は客を取り合っています」



堀田和基副社長(左)に話を聞く甲南大3年の赤井舜人さん(中央)と北條伶衣さん

一 **少子高齢化にどう立ち向かうか。**「美

容室の客数が減り、ヘアケア市場は伸び悩んでいます。期待できるのが訪日外国人客(インバウンド)。日本の美容技術はアジア圏でトップレベルにあり、東京の有名サロンに行くことが訪日客の目的にもなっています。もっと美容室を訪れてもらえるよう、会員制交流サイト(SNS)の活用などで利益につながる提案をしています」

一 **商品開発の戦略は。**「敏感肌やアレルギーなど、人にやさしい商品が求められています。当社では動物由来や遺伝子組み換え原料を使わない商品の製造に力を入れており、国際的な認定も受けています。また、イスラム教の戒律を満たした商品

などに与えられる『ハラール認証』も取得。イスラム教徒らに使ってもらえる商品で、美容室の来客増につなげていきます」

一 **今後の海外展開は。**「アジアなど9カ国に商品を輸出しており、海外でのシェア拡大に取り組んでいます。日本製のシャンプーやトリートメントは品質が良く評判も上々。国ごとのニーズ把握に努め、より広く普及させたいですね」

(まとめ・三島大一郎)

甲南大学
赤井舜人さん

Check
学生が
チェック!

非常に清潔感のある社内で、社員の皆様がヘアケア業界のあらゆる面に目を向けており、流行にも敏感な方たちばかりだと感じた。「WELLBEING SOLUTION」をコンセプトとした、業界を変えるような革新的な商品の誕生に注目したい。

(株)ホロニック

神戸市東灘区向洋町中6-9 ☎078-858-6908

明石海峡大橋と淡路島を一望できるホテルセトレ神戸・舞子（神戸市垂水区）など関西を中心に四つの宿泊施設を運営する。気軽に利用できる地域密着のホテルとして、近隣に住む女性ファンを獲得。ランチから結婚式まで幅広く利用されている。

- 設立（創業）／1998年
- 資本金／5,000万円
- 売上高／22億9,000万円（2016年3月期）
23億1,300万円（2017年3月期）
20億9,900万円（2018年3月期）
- 従業員数／238名
- 平均年齢／33歳

地元リピーター獲得狙う

― **目指すホテル像は**。「ブライダルやレストラン事業も行う中小型施設を人々の暮らしに近い地域で展開しています。目指すのは、景色や景観を楽しんでもらい、地元の食材を活用した料理を提供するなど、地域資源を生かすホテル。そんなホテル『セトレ』を神戸や姫路市、滋賀県、長崎市で運営しています」

― **どんな利用者が多い**。「神戸・舞子では、平日のランチは近所の主婦ら女性客がほとんどです。宿泊も外国人や遠方からの旅行者は少なく、7割が関西在住の方。30～60代の夫婦やカップル、女性同士、女性一人客が多いですね」

― **女性に人気の秘訣（ひけつ）は**。「例えば、館内のラウンジ。自分で豆をひいてコーヒーを入れたり、ビールをサーバーから注いだりできます。特別なサービスをせず、自由に楽しんでもいただけるよう工夫しています」

― **売上高の比率は**。「ブライダルが主力で、6～7割を占めます。挙式での利用は、神戸・三宮から姫路の方を中心に、年間150組ほど。身近なお客さんにリピーターになってもらう好機で、生涯顧客をつくる重要な事業です」

― **ブライダルの戦略は**。「専門の結婚式場と違って宿泊できるのが強み。記念日などに来てもらえるので、関係を継続できます。挙式した人を招待するパーティーを半年に1回開き、当時の情感に浸ってもらうなど工夫を重ねています」（まとめ・大島光貴）



長田一郎社長（左）に話を聞く兵庫県立大3年の池田みずきさん（右）と工藤七海さん

兵庫県立大学

池田みずきさん

Check
学生が
チェック！

ホロニックは「人と人、地域と人をつなげる」ということを何よりも大切にしている。人々に普段の生活にちよつとした癒しを提供する新しいホテルの在り方や、結婚式をあげた後も関係が続くブライダルの在り方など、ホロニックならではの人と地域を大切にした事業に大変興味を持った。

ワシオ(株)

加古川市志方町高畑741-1 ☎079-452-0311

靴下製造で創業し、今年で63年となる。現在の主力は肌着。独自の起毛法で柔らかな肌触りのブランド「もちはだ」は約50年続く。老舗だが、インターネットも積極活用。クラウドファンディングで資金を集め、会員制交流サイト（SNS）でPRする。

- 設立（創業）／1980年（創業1955年）
- 資本金／1,800万円
- 売上高／5億5,900万円（2016年2月期）
5億1,500万円（2017年2月期）
5億2,500万円（2018年2月期）
- 従業員数／45名
- 平均年齢／49歳

成長の基軸は「保温性肌着」

一 保温性の高い肌着「もちはだ」が人気だ。「豊岡市出身で世界的冒険家の植村直己さんが南極大陸で着用していたほど。暖かいですよ。特殊なブラシで起毛させているので、肌触りもふわふわと柔らかいです。1970年に開発し、ずっと会社の成長を支えています。製造する機械も、部品の大半を社内で作って、独自の技術を守り続けています」



鷲尾吉正社長（右）に話を聞く兵庫県立大3年の中田結季子さん（中央）と大槻憲司さん

一 PR面で工夫は。「主要な客層が40、50歳代なので、若い人に商品を知ってもらうことが重要。きっかけづくりになればと、1年ほど前からツイッターや写真投稿のInstagramなどSNSで情報発信を始めました。昨年12月に動画投稿サイト『ユーチューブ』の人気投稿者に商品を動画で紹介してもらおうと、配信から1週間で4千万円と通常の4倍強の売り上げにつながりました」

一 新商品の開発は。「もちはだを最高の日常着にするのが目標。2016年にはアウトドアブランド『YETINA（イエティナ）』を設けました。パーカやスエットは、釣りやキャンプで愛用してもらっています。デザインを重視した長袖Tシャツの製作では、クラウドファンディングで目標の13倍に当たる約650万円を集めました」

一 求める人物像は。「当社は今、転換期にあります。この会社で働いたことを財産にできる前向きな方に来てほしいですね」

（まとめ・網嶋葉名）

Check
学生が
チェック！

兵庫県立大学
大槻憲司さん

従業員の数が多くないこともあり、個人の意見が採用されやすく、やりがいのある社風だと感じた。独自に開発した起毛方法により唯一無二の商品を作っており、商品の幅も増えてきてこれからの伸びが期待される企業だ。

アスカカンパニー(株)

加東市河高4004番地 ☎0795-48-4323

スーパーやコンビニでよく見るプリン容器をはじめ、薄くて強度があるプラスチック製品を製造。成形に関わる機器システムも自社開発し、射出成形業界をリードする。

- 👑平成26年度 ひょうごNo.1ものづくり大賞 大賞
- 👑平成30年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰
- 👑平成30年度 ひょうご女性の活躍企業表彰

- 設立(創業)/1968年
- 資本金/1億円
- 売上高/25億円(2015年10月期)
30億円(2016年10月期)
34億円(2017年10月期)
- 従業員数/235名
- 平均年齢/35.4歳

超薄肉の射出成形で業界をリード

プリンの容器、歯磨き粉のキャップ、アイスのフタなどを製造。超薄肉成形を得意としています。薄肉化と強度を両立させるために金型の凸部と凹部の小さなすき間に溶けた樹脂を高速高圧で流し込む手法を開発。超薄肉品といわれる厚さ0.4mm以下を実現する高い技術力が評価され、平成26年度ひょうごNo.1ものづくり大賞 大賞を受賞しました。



皆さんの身の回りにあるプラスチック製品を製造しています

食品工場並みの衛生基準を満たしたクリーンルーム仕様の工場は温度が常に25度に保たれ、自社開発のカメラ検査統計解析システムにより夜間完全無人化を実現しています。「衛生管理にこだわったことでさらに取引先が広がり、社員にとっても働きやすい環境になっている」と長沼恒雄社長。

「MK(みんなで活動、みんなで改善)活動」

会社の根幹を成す取り組みが「MK(みんなで活動、みんなで改善)活動」です。全社員が「楽正早安」(より楽に楽しく、より正しく正確に、より早く、より安全に)を実現するテーマを設けて活動に参加し、半年ごとに「成果発表会」を行っています。

IoTを活用して生産状況のデータをリアルタイムで把握し、その傾向から不良の発生を予測するシステムも開発しました。ものづくりからそこで必要とされるサービスまで「世の中になければ自分たちでつくる」がモットー。「業界全体の底上げになれば」との思いからこれを商品化し同業他社にも惜しみなく供給しています。



本社工場エントランス

伊東電機(株)

加西市朝妻町1146-2 ☎0790-47-1225

品物を自在に、迅速に、安全に搬送するための駆動源であるMDR(Motor Driven Roller)で国内、世界シェア70%を占め、工場や物流センターのインテリジェント化に貢献し続けている。

👑平成28年度 ひょうごオンラインワン認定企業
👑兵庫県立地支援企業

- 設立(創業)/1965年
- 資本金/9,000万円
- 売上高/54億4,300万円(2016年4月期)
67億3,600万円(2017年3月期)
81億 800万円(2018年3月期)
- 従業員数/290名
- 平均年齢/36歳

通販の普及で需要がさらに増加

小型モーター専門メーカーとしてスタートした同社が自社製品の開発に挑み「パワーモーラ」を商品化したのは1975年のこと。ローラ内部にモーターと減速ギアを組み込むことで1本ずつ速さや動きを制御し、センサーやバーコードを組み合わせることで品物を1個ずつ目的の場所へ運ぶことを可能にしました。米国郵政公社など海外で最初に火がつき、パワーモーラ事業に特化しました。



最新技術を集結したデモ機

当初の製品は工場のラインで使われることが多かったのですが、近年は通販の普及に伴い物流センター向けに旺盛な需要が続いています。パワーモーラをモジュール化、システム化した製品も増やしており、全体をMDR事業ととらえ、毎年のように数多くの新製品を送り出しています。

手づくりで開発スピリットを養う

MDRについてはアメリカ、欧州、中国、アジア向けのほか全世界への普及を目指しており「当面は北欧、インド、オーストラリアなど未開拓の市場を攻めていく」と総務グループグループ長の森田玲司氏。また、新事業として力を注ぐ植物工場ではセルごとに光、空調を管理し、搬送技術のノウハウを生かし効率的に出荷できるシステムを実現しており、今後の伸びが期待されます。積極的に新卒(高卒を含む)を採用していますが、事業拡大のスピードに人員が追いつかないほど。事業の伸びしろが大きいだけに「チャレンジ精神を持った人」を求めています。



2018年度の新入社員

植垣米菓(株)

神戸市長田区西尻池町3-1-3 ☎079-424-5445

1930年の発売から80年を超えたロングセラー「鶯ボール」を製造する。甘辛い味付けとサクサクした歯ごたえは、神戸のみならず関西のお菓子の定番だ。

- 設立(創業)／1907年
- 資本金／1,000万円
- 売上高／非公開
- 従業員数／100名
- 平均年齢／46歳

「鶯ボール」の専門店をオープン

抹茶、きな粉、ゆず…。2015年3月、JR新大阪駅構内の商業施設「エキマルシェ」にオープンした「鶯ボール」の専門店には、これまでになかった味付けが並んでいます。砂糖や塩をはじめとして素材にこだわりました。関西・神戸のお土産として知名度が高まっているだけでなく、子どものころから親しんだ「鶯ボール」の新



工場全景

たな味をぜひ試してみたいという根強いファンの需要も取り込んでいます。

あられやせんべいなど昔ながらの米菓のメーカー。70近い製品を扱っていますが、「50年後、さらには200年後の子孫のことを考えられる会社を目指している。できるだけ添加物は加えず、兵庫県内で収穫した米や食材を取り入れるようにしている」と植垣清貴社長は話します。エキマルシェで扱う製品にも、姫路市安富町産のゆずを使うなど、消費者の嗜好の変化に合わせて製品を磨き続けています。

アジア市場もターゲットに

半世紀も前から輸出に力を入れるなど、海外展開も特色のひとつです。ヘルシーな「ジャパニーズ ライス クラッカー」として欧米やオーストラリアで着実に市場



ロングセラーの鶯ボール

場を固めています。同社では工場のことを「工房」、商品は「作品」と呼びます。丁寧な製品づくりを目指す熱意と社風的一端が、そんな社内用語にも表れています。長年の伝統を持つ作品群を幅広い世代に味わってもらうために、新しい感性を求めています。

ウシオ精工(株)

神崎郡福崎町南田原696 ☎0790-22-1089

金属のプレス加工と樹脂の射出成形を組み合わせた加工を得意とし、自動車電装部品から日用品の容器まで幅広く手掛ける。効率よく不良品を出さないよう工夫と努力を続ける。

- 設立(創業)／1962年(創業1950年)
- 資本金／3,700万円
- 売上高／41億4,000万円(2015年10月期)
39億3,400万円(2016年10月期)
39億3,300万円(2017年10月期)
- 従業員数／208名
- 平均年齢／43.9歳

品質保証とコストダウンを両立

金属切削加工で創業し、自動車のオルタネーター(発電機)部品の受注を契機に樹脂成形加工にも進出しました。これにより金属樹脂複合部品の一貫生産が可能になりました。現在は「自動車電装部品」のほか、機械の制御に使われるPLCケースなどの「産業機器電気部品」、芳香剤の容器など「民生用プラスチック部品」の3事業を手掛けています。オルタネーター向け部品は世界で生産される自動車の約15%に同社の部品が組み込まれています。



第2工場遠景

不良品を発生させない高いレベルの品質保証と、絶え間ないコストダウンの要請に応えるため、自動化機械や検査機器の投資が欠かせず「どこまでを自動化するか、いかに機械を組み合わせるかノウハウを蓄えてきた」と谷口守男社長。

不良品を発生させない高いレベルの品質保証と、絶え間ないコストダウンの要請に応えるため、自動化機械や検査機器の投資が欠かせず「どこまでを自動化するか、いかに機械を組み合わせるかノウハウを蓄えてきた」と谷口守男社長。

「社員の成長が会社の成長につながる」

谷口社長は「社員が会社で成長することが人間の成長につながり、それが会社の成長につながる」と話します。2017年には生産用には使わないマシニングセンター(切削機)を導入。「使いたい人が自由に使って、新しいことに挑戦してくれ



工場内設備 生産ライン

ば」。また、入社3年目以上の社員には国家資格であるプラスチック成形技能士の資格取得を促し、現在までに1級を5人、2級を19人が取得しています。

「これからも地域に密着しながら若い社員を採用し、安定してよい製品をつくり続けるために改善を重ねていきたい」と話しています。

(株)栄水化学

尼崎市築地2丁目6-25 ☎06-6401-5915

医療機関、金融機関向けを中心にしたビル清掃業で成長を続ける。「社会に通用する人財づくり」をモットーに掲げており、今後は地域の課題を解決する会社を目指す。

👑平成26年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

- 設立(創業)/1974年
- 資本金/1,000万円
- 売上高/1億8,500万円(2016年5月期)
1億8,500万円(2017年5月期)
1億9,800万円(2018年5月期)
- 従業員数/128名
- 平均年齢/60歳(正社員31.6歳)

地域密着にこだわり、信頼につなげる

ビル清掃業を手掛け、近年は衛生面でより厳しい対応が求められる医療機関に注力して顧客開拓を図ってきました。事業は成長軌道に乗っていますがあくまでこだわっているのは地域密着の姿勢。顧客は車で1時間以内に行ける範囲と決めています。「万が一、緊急対応が求められる場合もその日じゅうに対応できるように」(松本久晃社長)との考えからです。そのために、社員は現場を必ず経験し、人事、



仲間と協力しながら、お客様の環境を整える仕事。日々の研修で技術を磨けます

経理、広報など各部署で経験を積むことで多能化を図り、内勤の社員でも万一の時はすぐに現場に駆け付けられるようにしています。こうした姿勢が顧客からの信頼につながっています。2017年3月には経済産業省から「はばたく中小企業・小規模事業者300社」に選出されました。

社員の主体性を大事にし、人財づくりに取り組む

基本理念は「誠心誠意、環境づくり、人財づくり」。松本社長は常に一人ひとりの仕事に目を配りながらも、仕事のやり方に口出しはしません。「ミスがあったとしても、自分で気づくまでかかわるのが当社のやり方」。子どもを対象にした習慣教育



心を磨く習慣教育「エコピカはかせのおそうじ塾」。市内の幼稚園や小学校での出張授業も行っています

育「エコピカはかせのおそうじ塾」も企画から運営まですべてインターンシップ生や若手社員が主体的に行っています。今後は「おそうじ塾」を発展させ、子どもを対象に自発性を育てる学習塾の新ビジネスも考えています。「人づくりから派生して社会の課題を解決するビジネスを創出したい」と展望を語ります。

(株)エーデルワイス

神戸市中央区三宮町2-5-1 ☎06-6426-2561 (本部センター)

技術のエーデルワイスとして知られ、「アンテナール」「ル ビアン」「ヴィタメール」など洋菓子、パンの8ブランドで約80店舗を展開。今後は海外展開も視野に入れている。

- 設立(創業)／1969年(創業1966年)
- 資本金／1億円
- 売上高／143億8,700万円(2016年3月期)
144億4,700万円(2017年3月期)
156億9,000万円(2018年3月期)
- 従業員数／2,275名
- 平均年齢／37歳(正社員)

技術にこだわり、本物を追求する

洋菓子の「アンテナール」、パンの「ル ビアン」、チョコレートの「ヴィタメール」の3旗艦ブランドを全国の百貨店を中心に展開。2011年以降は焼きたてフィナンシェの「ノワ・ドゥ・ブル」、エキナカベーカリーの「フェルトツ」、フランス伝統焼菓子の「ビスキュイテリエ ブルトンヌ」といった専門業態を次々にオープン。17



コンテストに出品し腕を磨く技術者たち

年には季節によって商品構成を全面的に入れ替える洋菓子ブランド「ヒビカ」をオープンしました。商品のみならず店舗細部のデザインまでつくりこまれた同社のブランド群は主要百貨店には欠かせない店となっており、同社は今や洋菓子業界をけん引する存在です。

「本場のヨーロッパに肩を並べたい」

比屋根毅会長が創業来こだわってきたのは社である「忍耐と信用」の上に築かれる「技術力」「挑戦する姿勢」「誠実さ」です。とくに技術を磨く厳しい姿勢は社内に徹底されており、ヨーロッパでの1カ月の研修に毎年1～2人を派遣。5年ごとに開かれる全国洋菓子技術コンテストでは同社の社員が1位を連続受賞しています。



見た目も美しい商品の数々

根底にあるのは「本場ヨーロッパに肩を並べるまでに日本のパティシエのレベルを向上させ、洋菓子業界を盛り立てたいという気持ち」と福井康次人事総務部長は比屋根会長の思いを代弁します。製造現場では女性社員が4割を占めるまでに増えており、女性初の副工場長も誕生しています。

(株)奥谷金網製作所

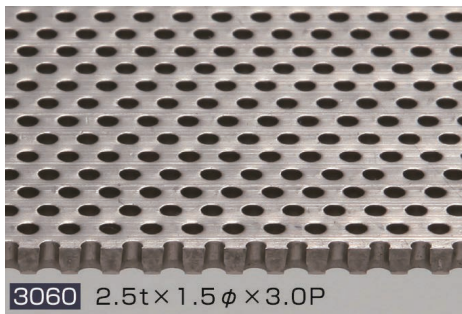
神戸市中央区相生町4-5-5 ☎078-351-2531

金属の板厚より小さな直径の孔を打ち抜いたフィルター「スーパーパンチング」が業績をけん引。欧米メーカーと提携し、フィルター製造・販売の市場は世界に広がっている。

- 設立(創業)／1895年
- 資本金／1,000万円
- 売上高／10億2,871万円(2016年5月期)
10億705万円(2017年5月期)
10億9,285万円(2018年5月期)
- 従業員数／51名
- 平均年齢／35歳

スーパーパンチングで世界を目指す

孔の大きさや形状、材質によってさまざまなものを漉したり、篩い分けたりするのに使われる金網やパンチングメタルを製造しています。中でも2009年に商品化した「スーパーパンチング」は、金属の板厚より小さい直径の孔を開けることを可能にした世界初の技術。孔径を維持しながら板厚を上げることで強度が向上し、航空機分野のフィルターなどで広く採用されています。



板厚より孔の径が小さいスーパーパンチング

世界市場を視野に、13年には米・シカゴ、14年には独・デュッセルドルフに営業所を設けました。欧米の同業者とも提携し、スーパーパンチングの販売を担ってもらう一方で、先方が持つフィルター製品を日本やアジアに展開。「アメリカの製品を中国へ、ヨーロッパの製品を日本へというように、日本と世界をつなぐネットワークを世界市場で構築していきたい」と奥谷智彦社長。

300年続く企業へ、社員教育も充実

120周年の節目となった2015年には「300年続く企業」をスローガンに掲げ、新入社員、中間管理職、幹部社員などステージ別に研修の充実を図りました。ユニークなところでは女子社員全員を対象にメイクアップ術や歩き方などを講義する「シンデレラ研修」も開いています。「自信を持って仕事に」との思いからです。創業来大切にしてきた「和を以て貴しとなす」の精神は今も貫かれ、社員旅行や出し物などで大いににぎわう社内イベントも多く開かれています。



女子社員によるシンデレラ研修

音羽電機工業(株)

尼崎市潮江5-6-20 ☎06-6429-3541

雷から施設や電気機器を守る避雷器などを製造販売する。国内唯一の雷対策専門メーカーとして知られ、配電用避雷器は国内トップシェアを誇る。

👑平成28年度 ひょうごオンリーワン認定企業

- 設立(創業)／1946年
- 資本金／8,190万円
- 売上高／117億6,600万円(2015年3月期)
(グループ合計) 124億8,900万円(2016年3月期)
116億8,500万円(2017年3月期)
- 従業員数／272名
- 平均年齢／41歳

世界最大級の実験施設を保有

IT機器が社会のすみずみまで浸透した現在、雷対策が重要性を増しています。落雷は火災につながるだけでなく、電圧や電流の急変動を起こして機器が故障したり、データ類の消失につながったりするからです。同社が手掛ける雷対策は鉄道やライフライン、文化財など幅広い。世界最大級の雷実験ができる「雷テクノ



日本で唯一の雷試験センター 雷テクノロジーセンター(尼崎市)

ロジセンター」には国内外から見学者が相次ぎます。企業関係者だけでなく一般市民の見学も予約制で受け付けており、「雷対策に徹して社会に貢献する」という吉田修社長の考え方の一端を示しています。

海外売り上げ比率25%を目指して

同社では数年前から、スポーツなどの野外活動向けに、高精度で雷を検知する



製品集合写真

レーダーのレンタル事業を始めました。半径10[※]km圏内の雷雲を検知し、雷情報をメールに発信、注意を促すセンサー「雷レーダー」は短期のイベントにも利用可能です。避雷器の心臓部に当たるセラミック技術も研究開発に力を入れています。輸出はまだ1割程度ですが、将来的には25%程度まで増やし、海外展開を大きな柱にしていこうとしています。

社員の7割が40歳以下。バブル崩壊後に各社が採用を絞った中で積極的に採用したためです。2016年に創業70周年を迎えました。「若い人の柔軟な発想で、新しい会社をつくってほしい」と吉田社長は期待をかけます。

(株)カコテクノス

神戸市須磨区大田町7丁目4-2 ☎078-732-3851

新幹線をはじめとする鉄道車両向けのブレーキ装置や保安装置、発電所、変電所向けには万一の事故や災害時に瞬時に電気を遮断する装置など「止める技術」で社会に貢献している。

👑平成28年度 ひょうごオンリーワン認定企業
👑平成28年度 ひょうごNo.1ものづくり大賞 大賞

- 設立(創業)／1961年(創業1935年)
- 資本金／7,786万円
- 売上高／51億4,600万円(2015年11月期)
48億3,000万円(2016年11月期)
49億9,300万円(2017年11月期)
- 従業員数／230名
- 平均年齢／44歳

鉄道車両の半数でブレーキ装置が採用

「止める技術」には制御する技術だけでなく、システムを塵や水、振動などの過酷な環境から守る筐体^{ちり きょうたい}の技術も含めた総合力が問われます。こうした装置の設計・開発から組み立て、試験までを一貫して担い、国内を走る鉄道車両の2台に1台は同社の装置が使われています。



展示車両での模擬試験訓練

2年前にはブレーキ装置・保安装置に欠かせない回転速度センサを開発し、断線しにくいコイルの配置で特許を取得。2016年度に「ひょうごオンリーワン企業」と「ひょうごNo.1ものづくり大賞」を受賞しました。

今後は回転速度センサのラインアップを増やすなどして海外マーケットの開拓にも注力していく予定です。

個々の研鑽とともに、横のつながりも大切に

会社の「考動」指針スローガンとして「Getting better よりよく、もっとよりよくを目指して」を掲げています。創意工夫活動では毎年1人平均10件以上の改善提案が出され、優秀な提案は毎年、兵庫工業会で表彰を受けています。こうした一人ひとりの研鑽に加え、「当社の製品はさまざまな部門が力を合わせ最終的に一つのものをつくり上げていくため横の連携が重要」との考えから、5S(整理・整頓・



ヒューマンエラー防止勉強会

清掃・清潔・しつけ)活動などに部門横断メンバーで取り組んでいます。2018年4月に運動会を行ったのも「社員の一体感を高めることが目的」です。求める人材は「自ら考えて行動し、向上心を持って働ける人」です。

カワノ(株)

神戸市長田区大道通5丁目101-6 ☎078-631-1161

神戸の地場産業・ケミカルシューズに端を発し、自社ブランドの婦人靴を製造。ブランド名を冠した直営店「BARCLAY」を全国に展開し、海外進出にも意欲的だ。

- 設立(創業)／1921年
- 資本金／4,000万円
- 売上高／42億5,600万円(2015年8月期)
38億1,000万円(2016年8月期)
45億 600万円(2017年8月期)
- 従業員数／265名
- 平均年齢／43.9歳

日本製の快適さを強みに

強みとして打ち出すのは「日本製」の快適さです。現在、国内で流通している靴は、9割以上を輸入品が占めていますが、同社は日本人の足型に特化して研究開発を進め、より履きやすい靴を提供しています。本社工場を構える神戸・長田には靴の部材を扱う会社や加工業者が集積しており、店舗でつかんだ市場ニーズ



本社

の変化を、企画開発や製造工程にいち早く反映させられるのも大きなメリットです。

神戸のケミカルシューズは1980年代後半、安価な輸入品に顧客を奪われ、95年の阪神・淡路大震災も加わって壊滅的な打撃を受けました。しかし最近では、おもてなし文化や安全・安心への気配りを背景にした「メイド・イン・ジャパン」の高品質に対して、アジアの靴市場では日本以上の信頼感が生まれています。

「アジアのフェラガモ」を目指して

カワノはそこに着目し、世界のファッション情報を発信するイタリアの国際見本市に出展したほか、海外で「BARCLAY」の直営店を香港や上海に計7店展開しています。



BARCLAY 三宮店(さんちか一番街)

店舗網が広がれば、製造業と同時にサービス業としての側面も重要になるため、営業の最前線に立つ従業員の研修にも力を入れています。2021年には創業100周年を迎えます。今後もファンを増やしながら海外事業を強化し、「アジアのフェラガモ」と呼ばれるような存在感のあるメーカーを目指します。

近畿工業(株)

神戸市中央区栄町通4-2-18 ☎078-351-0770

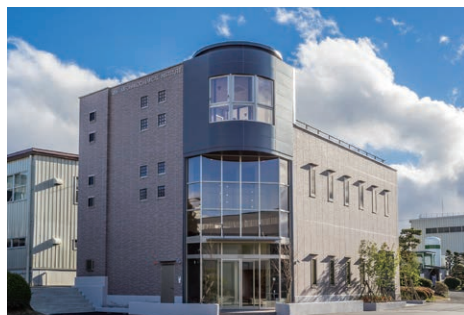
様々な廃棄物を処理しやすいように細かく砕く
破砕機や、再利用できる資源を分別するリサイ
クルプラントを設計・製造し、自治体や企業など
に納めている。

👑平成29年度 ひょうごオンラインワン認定企業

- 設立(創業)／1953年
- 資本金／6,500万円
- 売上高／44億8,400万円(2016年7月期)
46億2,700万円(2017年7月期)
50億円 (2018年7月期)
- 従業員数／180名
- 平均年齢／38歳

環境分野の先端技術も研究

鉱山の岩を砕き、選別する機械の製造
が同社の発端。その後、環境問題に多く
の自治体や企業が取り組むようになった
ことから、リサイクル事業に重心を移し、
砕く、^き剪る、選ぶーの三つの技術を生かし、
修理やサービスにも力を入れています。
破砕機に取り付ける刃を新品同様に
補修する再生加工にも応じています。



「近畿メカノケミカル研究所」(2014年新設)

2014年には、「近畿メカノケミカル研究所」を新設。メカノケミカルとは、物質を
ナノ(10億分の1)メートル単位の細かさに粉砕することで表面の結合状態が変化
する化学反応のこと。これを活用して、従来は難しかったレア金属の回収など
を研究します。

若手社員を積極登用

経済発展が進む東南アジアでは廃棄物の量も急増しており、処理に必要な機器
の市場が拡大しています。そこでこうした国々に営業拠点を設けて、販売を手掛け
る方針です。社員教育も充実しています。新入社員には1年間の研修を行い、基礎
能力を高めます。社外留学制度もあり、優秀な社員は神戸大学や東北大学に派遣し
ます。若手を管理職に積極的に登用するほか、20～30歳代の社員が経営について



モーター破砕に最適なスーパーシュレッダー

語り合う「ジュニアボード」も設けています。

社是は「流汗悟道」。自らの努力と創造性で生
きる道を拓く、という意味があります。「他人に頼
るのではなく、やる気を持って自分で徹底的に考
え抜き、行動する人が理想」と、和田直哉社長は話
しています。

佐藤精機(株)

姫路市余部区下余部240-6 ☎079-274-1047

削りにくい金属の加工に挑み「佐藤精機でしかできないこと」を増やしてきた。姫路にこだわり、地方に根付きながら成長する中小企業のモデルを提示しようとしている。

👑 ひょうごの成長企業

👑 平成25年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

- 設立(創業)／1955年
- 資本金／1,800万円
- 売上高／5億9,877万円(2015年9月期)
5億9,712万円(2016年3月期)
5億7,959万円(2017年9月期)
- 従業員数／44名
- 平均年齢／42歳

現状に満足せず次の高みを目指す

硬くて削るのが難しい超硬合金などの切削研磨でミクロン単位の加工精度を実現するなど、同社の精密加工技術は全国でもトップレベルを誇ります。

世界的な半導体製造装置メーカーとの取引が始まったことを契機に、ハードルの高い加工にチャレンジ。その後も「一個だけ、超特急で、どこに頼んでも断ら

れたという仕事を引き受けてきた」と佐藤慎介社長。「現状に満足してしまえば成長はない」という姿勢で着実に評価を高め、現在では30社近い一部上場企業と直取引をするまでになり、航空・宇宙、レーシングカーの分野にも広がっています。



たつのテクニカルセンター外観

播磨にこだわり、雇用の場を作り出す

外部からベテランの技術者を招き指導を受けさせるほか、兵庫県のものづくり大学校をはじめ外部の研修施設を積極的に利用。すべての社員に品質管理検定3級以上、また製造担当の社員には技能検定2級以上の資格取得を推奨しています。現在、前者については全員が、後者については約9割が取得済みです。

2017年から高卒採用を12年ぶりに再開し、佐藤社長は播磨地域周辺の高校に足しげく通っています。「うちで5年働けばどこでも通用する技術が身に付く。そうした人材を育て、小さい加工技術研究所のような拠点を播磨周辺に作るのが夢」。選ばれる企業だからこそできる理想の企業像を目指し、今日も新しい挑戦が続きます。



工場の内観

シバタ工業(株)

明石市魚住町中尾1058 ☎078-946-1515

1923年の創業以来、ゴムを使った幅広い製品を送り出してきた企業だ。近年は同じゴムで「防災・安全・環境」に役立つことをテーマに、新しい製品を次々に開発、社会への貢献を目指している。

- 設立(創業)／1923年
- 資本金／9,700万円
- 売上高／147億円(2016年5月期)
134億円(2017年5月期)
138億円(2018年5月期)
- 従業員数／460名(グループ全体)
- 平均年齢／42歳

「防災・安全・環境」に役立つ商品を

ゴム履物類の製造販売でスタートし、ゴムの特性を活かした様々な製品を世に送り出してきましたが、1995年の阪神・淡路大震災が大きな転機となりました。使命感に燃えた若手社員が被災地を見て回った際、高速道路の橋桁が外れた光景を見て、「この橋を通ることができれば、多くの命を救えたのでは?」と感じたこ



【船体取付式防舷材】世界トップシェア!あらゆる船の形に合わせるオーダーメイド。シバタ工業の独自技術あり!

とから産まれたのが橋桁の落下を防ぐ“緩衝チェーン”です。これを機に「防災・安全・環境」に役立つ製品開発が会社のテーマとなりました。

また、マレーシアやドバイ、欧州等、海外拠点から全世界に向けて製品を発信しています。なかでも“船体取付式防舷材”は世界一のシェアを誇っています。

創業100周年に向けブランドロゴを一新

社是は“素直な心、敬愛の心、感謝の心”。新しい提案、製品開発には、強力なチームプレーが求められます。生産・技術・企画・管理等各部門がワンフロアに集まり、部門を越えて密接に連携しているのが強みです。

全社員で投票し順位を決める改善提案(総選挙)制度では、キャリアに関係なく若手の意見も平等に評価されます。2023年の創業100周年に向け、一新された会



【ロゴマーク】安心して生活できる環境や美しい自然の景観を次の世代に引き継ぐために、果敢に挑戦していきます

社のロゴマークは、培ってきた技術力と、これからの発展を表しています。現状に満足することなく全社一丸となって“シバタ工業にしかできないことにさらに磨きをかけていきたい!”と総務人事部の藤本雄大さんは話します。

神港精機(株)

神戸市西区高塚台3-1-35 ☎078-991-3011

最先端のものづくりに欠かせない真空の環境を作り出す「真空」の老舗メーカー。古くは鉄や半導体、そして近年は医療分野において同社の真空技術が貢献している。

- 設立(創業)／1949年
- 資本金／3億7,500万円
- 売上高／49億8,600万円(2015年12月期)
45億7,200万円(2016年12月期)
41億9,000万円(2017年12月期)
- 従業員数／192名
- 平均年齢／40歳

モノづくり支える真空技術に磨き

真空とは大気圧より低い圧力の状態といい、吸着、断熱、酸化防止(腐食防止)、防音などの特性を持ちます。その技術は身近な食品から宇宙分野まで幅広く使われています。真空中でガスを反応させて作る摩擦係数の低い(滑りが良い)DLC薄膜(ダイヤモンドライクカーボン)技術は、大手自動車メーカーの最高級車種の主要部品に使用されています。



若い世代が活躍できる職場です

技術と営業が一体になって

現在同社の真空技術が活躍する場はさらに広がりを見せています。真空はんだ付け装置もその一つ。はんだ付けの際、接合する金属表面に発生する気泡が10%ほど入ってしまうのが常ですが、真空中で溶融することで1%以下に抑えることに成功しました。これにより結合強度を高めることに寄与し、2007年に日本ものづくり大賞で優秀賞を受賞しました。

創業来、技術指向で発展を遂げてきましたが、眞下社長自身、営業畑を歩んだ経験から「お客様と社内の技術者とをつなぐ営業担当者のコミュニケーション力こそ技術指向型企業には欠かせない」と、技術と営業が一体になることの大切さを説いています。



創業100周年を目指しさらなる飛躍のため、若い力を求めています

新明和工業(株)

宝塚市新明和町1-1 ☎0798-56-5000

産機システム、流体、パーキングシステム、航空機、特装車の5事業を展開。県内では宝塚市、神戸市、小野市に生産拠点をもち、それぞれ特色あるものづくりを行っている。

- 設立(創業)／1920年
- 資本金／159億8,196万円
- 売上高／2,039億1,700万円(2016年3月期)
- ※連結ベース 2,012億 400万円(2017年3月期)
- 2,073億3,500万円(2018年3月期)
- 従業員数／4,808名
- 平均年齢／42.8歳

航空機製造から始まった歴史

ダンプトラックや塵芥車(ごみ収集車)、機械式駐車設備、空港ビルと旅客機をつなぐ航空旅客搭乗橋をはじめ、「新明和」ブランドの製品群は日々の生活で目にするものが多くあります。

1920年に誕生した川西機械製作所飛行機部が源流。独力で航空機を製造した不屈のものづくりの精神は、戦後になって様々な分野で開花しました。近年の好業績を特にけん引するのが航空機と特装車事業。前者では、救難飛行艇の他に機体のカバーや骨組みなどの生産を担当し、ボーイング社から「ボーイング・サプライヤー・オブ・ザ・イヤー」を、「主要構造部門」では世界で初めて2年連続(2013年度、14年度)で受賞。後者ではダンプトラックなどが東日本大震災の復興需要や、東京五輪に向けた建設需要の増加に伴い好調です。



US-2型救難飛行艇

和の精神に基づく顧客対応力が強み



自動電線処理機 TRD510

全国に9つの生産拠点をもち、県内では宝塚市、神戸市東灘区、小野市に産機システム・航空機・流体事業の工場をもち、兵庫県内の学生を多く採用しています。全国の工場で毎年開催される「社内技能競技会」は50年近い歴史を持ち、「工師」、「工匠1級・2級」の社内資格が認定され給与にも反映されます。海外の売上比率も約2割に達しています。「やりたいことにチャレンジし、グローバルで活躍したいという人にチャンスのある会社」と人事教育グループ長の滝上集氏は語ります。

(株)精和工業所

伊丹市北本町3丁目105 ☎072-782-8353

耐久性に優れるが加工は難しいステンレスを、高い技術力で溶接し、タンクなどを製造する。半世紀超にわたって蓄積した技が多彩な分野で生かされている。

- 設立(創業) / 1965年(創業1962年)
- 資本金 / 2,400万円
- 売上高 / 35億3,300万円(2015年9月期)
44億7,400万円(2016年9月期)
42億9,800万円(2017年9月期)
- 従業員数 / 236名
- 平均年齢 / 42歳

幅広い分野で溶接を一手に引き受ける

金属の板と板を張り合わせる溶接が得意分野。家庭用温水器、航空機、人工多能性幹細胞(iPS細胞)の実験設備など幅広く使われています。熱によるひずみなどを少なくするため、溶接装置を自社で設計し、組み立てています。デジタルの時代になっても、蓄積がなければできない仕事です。



伊丹本社工場 外観

本社がある伊丹に加え、奈良、福知山にも工場を構えています。製造業では中小といえども海外に生産拠点を置く例が多いのですが、山下清一社長は「海外移転が難しいものもある」と話します。例えば、主力の家庭用温水タンクは、24時間365日休まずに稼働し、10年、20年と長期間使用されます。耐久性が非常に重要になり、高品質が求められるだけに、「国内生産だからこそできる」と話します。新分野にも積極的に取り組んでいます。燃料電池を大手メーカーと共同開発しており、現在は国内だけの販売ですが海外へ広がる可能性もあるといいます。

新人教育に注力、若手社員にも仕事を任せる



製品：ホットビールサーバー

新人教育に力を入れ、若手社員にも仕事を任せています。最近の5年間で約20人の新卒者を採用しましたが、辞めたのは特殊な事情があった2人だけだったとのこと。「企業の成長とともに人も育つ」というのが山下社長の考え方。ものづくりはやったことが形に表れるだけに、仕事の達成感が得やすいといいます。それに加えて、社員の成長を促す社風が、やりがいを高めることにもつながっています。

自社ブランド「アラジン」で発売したグラファイトトースターが40万台を売り上げるヒット商品となっている。瞬間的に高熱になるヒーターの特長を生かした商品開発でさらなる成長を目指す。

👑平成29年度 ひょうごオンラインワン認定企業

- 設立(創業)／1953年
- 資本金／9,600万円
- 売上高／157億1,000万円(2015年12月期)
157億9,100万円(2016年12月期)
154億4,700万円(2017年12月期)
- 従業員数／290名
- 平均年齢／40歳

トースターの販売台数は40万台に

2017年度の売り上げは150億円強。成長著しいのが自社ブランド製品です。

もともと「アラジン」ブランドのストーブを製造していましたが、12年に大手電機メーカーからグラファイトヒーターの事業を丸ごと買い取り、これを活かした商品開発がスタート。トースターはその温熱特性により「外はカリッ、中はも

っちり」焼き上がるおいしさがテレビ番組で取り上げられて火がつき、累計40万台を超えるヒット商品になりました。

企画、開発から製造、販売、さらにはコールセンターまで社内で完結。「コールセンターと開発部門は同じフロアにありニーズや問題点が迅速に次の商品作りに活かされている」と千石唯司社長。



本社工舎

3年後には売り上げ200億円を目指す

グラファイトヒーターなどの基幹部品は国内工場、中級品の組立ては中国の2工場、大量生産品の組立ては今年から稼働したフィリピン工場とすみ分けを考えています。「今後も自社ブランド商品を伸ばし、海外での売り上げに力を注いでいきたい」と3年後の売り上げ200億円を目指しています。

「風通しが良い社風。挑戦マインドを持った人には活躍の場が用意されている」と千石社長。今年は安全性をさらに追求し、ものが触れると自動的に電源が切れる電気ストーブを新たに商品化。今後も安全・安心やおいしさを追求した自社ブランド品を1年に一つは開発していきたいとの考えです。



Happy with Aladdin Magic

自社ブランド「Aladdin」商品ラインアップ

(株)多田スミス

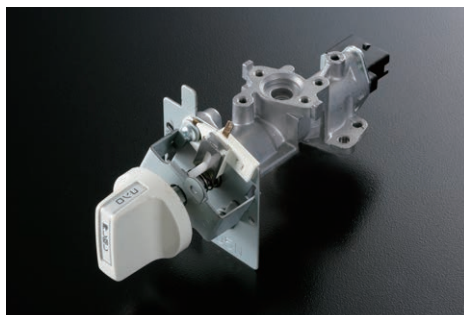
朝来市和田山町久留引84-10 ☎079-674-2321

キッチンや風呂など暮らしを支えるガス。微量の漏れでも大事故につながるため、ガス機器には高水準の耐久性や安全性が求められる。そのために必要な部品の開発製造を担う。

- 設立(創業)／1969年
- 資本金／1億円
- 売上高／37億8,500万円(2015年12月期)
38億1,300万円(2016年12月期)
37億4,000万円(2017年12月期)
- 従業員数／287名
- 平均年齢／41歳

快適な暮らし支えるガス部品に特化

1971年、当時の多田金属工業とアメリカのA・O・スミス社により、貯湯式ガス湯沸かし器の生産会社として発足したのが、社名の由来。2001年には、神戸の大手ガス機器メーカー・ノーリツのグループ企業となりました。住宅や飲食店のキッチンにあるガスコンロの部品や、ガス温水機器の心臓部にあたるバルブなど



ガスコンロのスイッチ部分(器具栓)

を扱っています。ガスコンロの青い炎を噴出させる部品「バーナーキャップ」を国内で初めて、耐久性に優れたアルミ鋳造で製造しました。

かつては外部の企業に委ねる工程もありましたが、技術力を高めるため内製化を進めてきました。現在は、アルミニウムをはじめとした金属を塊の状態で購入し、最終製品まで一貫して加工・生産。社員には国家資格「ダイカスト技能士」の取得を促しており、現在、2級以上は38人と社員の1割以上を占めます。うち7人は、最高ランクの特級を取得済み。さらに品質を高めるため、毎朝、前日の作業で見つかった不具合などを部署間で共有し、再発防止策や対策を話し合います。

逆風下でも連続黒字を更新



ガスコンロのバーナー部分

少子化や景気低迷で住宅着工件数が減少しており、コンロやガス暖房機器などの需要に影を落としています。世界的な資源価格の高騰で、年間約1,500トンを使う原材料のアルミも値上がり傾向にあります。こうした逆風の中でも、コスト削減や高い技術力を背景に17期連続で黒字を維持しています。

ちゃいるどはーと

(株)チャイルドハート

神戸市西区今寺3番地の22 ☎078-783-2800

女性が働き続ける社会基盤として欠かせない保育園。保育を取り巻く環境にも目配りしながら、だれもがいきいきと働けるための保育のあり方を追求し続けている。

- 👑ひょうごの成長企業
- 👑平成28年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰
- 👑平成29年度 ひょうご女性の活躍企業表彰

- 設立(創業)/2000年
- 資本金/3,810万円
- 売上高/3億 760万円(2016年9月期)
3億7,400万円(2017年9月期)
4億円 (2018年9月期)
- 従業員数/220名
- 平均年齢/40歳

思いに共感できるかがカギ

「仕事を持つ母親を応援したい」と2001年3月に第1号保育園をJR舞子駅前にオープン。女性の社会進出に歩調を合わせ、現在は28園に増えています。

中でも、近年は企業主導型の事業所内保育事業の運営受託に力を入れています。運営委託の依頼は後を絶ちませんが、「子どもの命を預かる仕事。トップの考えに共感できるかどうかを大切にしている」と木田聖子社長は話します。



社内 ソフトバレーボール大会

保育事業を通じて社会の課題を解決したいとチャレンジを続ける木田社長。最近では明石市が待機児童を対象に、認可保育所等への入所が決まるまでの期間、サービスを提供する保育所の運営を受託しました。また、沖縄に引っ越した社員の「どうしてもチャイルドハートで働きたい」との思いに応え、沖縄にも保育園を開設しました。

保育人材の不足見据え、先手を打つ

創業以来、働きやすい環境づくりも常に考えてきました。「保育士が公平感を持って働けるように」と、パート、短時間正社員、正社員から働き方を選ぶことができ、すべて時給制とした制度も導入。本人のときどきの生活状況に合わせ3つの働き方を自由に行き来できるのも特徴です。



勤続10周年記念パーティー

今後は保育人材がますます不足することが懸念されます。ベトナム人向けの研修制度を作り、保育補助として受け入れたり、日本人の保育士がベトナムで研修したり、相互に交流する取り組みも始める予定です。

(株)帝国電機製作所

たつの市新宮町平野60番地 ☎0791-75-0411

キャンドモータポンプ(完全無漏洩ポンプ)で世界シェア4割を誇ります。「世界市場の開拓はこれからが本番。さらにシェアを高めたい」と宮地國雄会長は先を見据え布石を打ちます。

- 設立(創業)／1939年
- 資本金／31億2,349万円
- 売上高／207億 202万円(2016年3月期)
(いずれも連結実績) 192億7,768万円(2017年3月期)
207億9,226万円(2018年3月期)
- 従業員数／310名(連結1,277名)
- 平均年齢／38.6歳

高機能ポンプで世界シェア4割

ポンプとモータを一つの器の中に納め、内部の液を一滴たりとも外部に漏らさないキャンドモータポンプを独自に開発したのが1960年のこと。以来、石油化学メーカーを中心に取引を拡大してきました。そこから派生した製品も唯一無二のものが多く、例えば変圧器冷却用の油ポンプでは全国の電力会社、新幹線向けに同社製品が100%使われています。

早くから海外市場に進出。中国では現地で生産し、現地で販売する“地産地消”によりトップメーカーの地位を築いてきました。アメリカでも地道な営業が実り、世界的な石油化学メーカーと直接取引する道筋をつけました。近年は、東南アジア、中東、インド市場においても着々と存在感を高めています。



世界各地で活躍するキャンドモータポンプが生産される新宮本社工場の外観です

新工場を竣工し、グローバル人材を養成

鉄道向け信号機メーカーとして創業し、戦後はガソリン統制の時代に電気自動車を開発したこともあります。「この開発魂こそ当社の強み」と宮地会長。「失敗も重ねてきたが、そこからノウハウを積み上げてきた。社員にも失敗をおそれる



お客様の様々なご要望にお応えするため、新宮本社工場には最新設備が並びます

など伝えている」と話します。現在は「さらなる世界企業を目指すために力を蓄えている時期」とし、2017年春には新工場が完成。大型化が進む世界のポンプ市場に応える体制も整えました。また若手社員をアメリカの現地法人に駐在させることでグローバル人材の育成も着実に進めています。

(株)ニチリン

神戸市中央区江戸町98-1 ☎078-392-1471

自動車や二輪車で使われるホースの世界的メーカー。事業、仕組み、人の改革を進めながら経営から現場に至るまでスピードを徹底し、変化の速い時代を勝ち抜こうとしている。

- 設立(創業)／1914年
- 資本金／21億5,800万円
- 売上高／508億5,182万円(2015年12月期)
509億9,224万円(2016年12月期)
593億7,531万円(2017年12月期)
- 従業員数／348名
- 平均年齢／42.5歳

ホース・配管の世界トップメーカー

油圧で操作するブレーキやパワーステアリング用ホース、冷媒となるフロンガスを通すエアコン用ホースなどクルマの多くの箇所で同社製のホース、配管が使われています。ブレーキホースにおいては二輪車で世界の約7割、自動車では約1割のシェアを誇ります。また、シャワートイレの配管でも高いシェアを持っています。

ここ数年は、世界的な自動車市場の伸び、シャワートイレが海外市場で好調なことを受け、過去最高益を更新し続けています。同社は重要保安部品も扱っており「信頼性の高い製品をつくることが至上命題」と前田龍一社長。不具合が出ないように画像検査システムを導入するなどの取り組みで万全を期しています。



姫路工場に建設された生産技術センター

「すばしっこさ」武器に大企業と戦う

世界13カ所に生産・販売拠点を持ち、海外での販売比率が約7割を超えます。グローバルサプライヤーとして生産面で力を注ぐテーマの一つが生産性の向上です。生産技術センターを新設し、匠の技の自動化を進めます。

もう一つがダイバーシティの推進。ここ数年は新卒で外国人も採用しています。



生産技術センターで試運転中のロボット

2022年には主要部門における外国人の比率を15%、女性社員を20%まで引き上げる計画です。若手社員とのコミュニケーションも大切にし、良いアイデアがあればすぐに実行に移します。「競争相手である大企業に勝つにはすばしっこさが必要」とすべての面でスピードを大切にしています。

ヒガシマル醤油(株)

たつの市龍野町富永100-3 ☎0791-63-4567

淡口(うすくち)醤油の元祖として知られるヒガシマル醤油。400年を超える伝統を受け継ぎながら、常に「ヒガシマルらしさ」を追求した商品開発を行い、日本の食を豊かにしている。

- 設立(創業)／1942年
- 資本金／5億4,500万円
- 売上高／187億円 (2015年12月期)
186億7,000万円(2016年12月期)
185億1,700万円(2017年12月期)
- 従業員数／369名
- 平均年齢／42.7歳

高付加価値商品で利益率も向上

素材の味を引き出す和食の名わき役として欠かせない淡口しょうゆ。濃口(こいくち)醤油に比べ塩分濃度がやや高いものの、少量で料理のおいしさを引き出すことから濃口醤油より塩分摂取量が少なくて済むことが明らかになり注目を集めています。淡口醤油以外にも「うどんスープ」「揚げずにからあげ 鶏肉調味料」など業界を先取りした商品を数多く生み出してきました。



揖保川の東岸に位置するヒガシマル醤油本社工場外観

近年は安売り競争からの脱却を図り、おいしさの追求や地場産原料の活用など「ヒガシマルらしさ」を意識した高付加価値商品を次々に送り出しています。今後も、差別化された先発商品を開発し、消費者に発信していきます。

国内市場でさらなる拡大目指す

お客様、取引先、地域、そして従業員に「ヒガシマルがあって良かったなあ」と心から言われる会社作りを目指す、という経営理念は戦前から引き継がれ、社風は「まじめ」と誰もが口をそろえます。若手社員にもチャンスの方が与えられ、播磨産力キを原料に使ったヒット商品「牡蠣だし醤油」は入社2年目の社員が開発したといいます。



淡口醤油1ℓバック充填ライン

食品メーカーの多くが海外へ市場を求め中、「国内の市場開拓余地はまだ大きい」と海外進出に目もくれないのも同社らしさです。「何より揖保川の伏流水でなければ出せない味だから」と龍野に根を下ろしてこれからも差別化された商品づくりを続けていきます。

富士発條(株)

朝来市和田山町筒江165-51 ☎079-674-1600

小さなバネ工場から電池部品メーカーに転身。
ハイブリッドカーには不可欠の部品を手掛け、
国内外の自動車メーカーに納めている。朝来を
ベースに世界企業への躍進を目指す。

 兵庫県立地支援企業

- 設立(創業)／1959年
- 資本金／9,500万円
- 売上高／ 97億円(2016年3月期)
101億円(2017年3月期)
106億円(2018年3月期)
- 従業員数／521名
- 平均年齢／44歳

世界有数の電池部品メーカーに

大半の電池には内部の化学物質が温度変化などで発熱・破裂しないよう、安全弁のような超小型バネが装着されています。充電式のニッカド電池が1970年に日本で初めて開発された後、そのバネを製造したのをきっかけに電池ケースなども造るようになりました。その後電子機器や携帯電話の普及が追い風となって世界有数の電池部品メーカーに成長しました。



作業風景

開発した部品の生産に必要な金型まで造るのが特徴です。「金型メーカーが近くになく自前でやるしかなかったが、他社にない強みになった」と藤井啓社長。

但馬・朝来の地から離れず、工場も朝来で拡張しました。「ネットが普及した現在、情報面では但馬にいても不利ではない」。携帯電話向けはいずれ成長が鈍ると判断し、近年は自動車向けに舵を大きく切りました。

但馬の地で夢を追い続けたい

さらなるグローバル経営を目指し社内体制の強化を進めており、株式上場も視野に入れています。しかし今後も、本社や研究開発拠点、中核となる工場は朝来を離れるつもりはありません。「目標は、お客様から頼りにしていただける存在として、技術力で貢献し続けること。そしてお客様と共に、世界中に利便性とクリーンな環境を提供し、進歩発展していく。そんな夢を但馬の地からともに追い求めたい。自然環境に恵まれたこの地で但馬出身の若者に働いてほしい」と学生に呼びかけています。



製造工程

プライミクス(株)

淡路市夢舞台1-38 ☎ 0799-72-0080

👑 兵庫県立地支援企業

幅広い分野で使われる攪拌機メーカー。自動車用2次電池向けでは世界の先頭を走る。4年前に本社を移した淡路島のオフィスは伸び伸び働ける環境が整えられている。

- 設立(創業)／1927年
- 資本金／8,019万円
- 売上高／51億2,500万円(2015年3月期)
65億7,600万円(2016年3月期)
67億7,400万円(2017年3月期)
- 従業員数／222名
- 平均年齢／37.7歳

時代のニーズとらえ製品を送り出す

混ぜにくいものを混ぜたり、成分を均一に分散させるようにしたりと攪拌(かくはん)は様々なものを製造する上で欠かせない工程です。その中でも高速で攪拌する機械のメーカーとしてトップシェアを誇り、化粧品や医薬品、食品、電子部品など幅広い分野で同社製品が使われています。

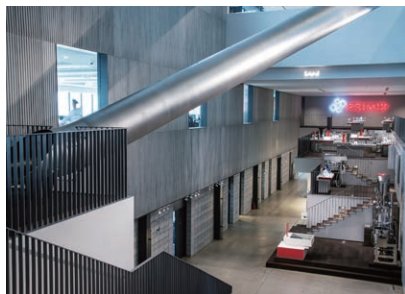


大阪湾に面した本社工場

中でも近年力を注ぐのが自動車向け電池デバイス分野です。また最近では自動洗浄機能の付いた攪拌機を開発。「攪拌機は混ぜるものを変えるたびに大掛かりな清掃作業が伴い長い時間をとられていました。それを自動洗浄できるよう機構や部品の形状を変え10年がかりで開発にこぎつけた」もので、今後受注の増加が見込めるといいます。2019年5月の完成をめざし、工場／駐車場を増築中です。

伸び伸びと働けるぜいたくな環境で

2015年に大阪市内から淡路島へ本社を移転しました。オフィスのイスは全て大阪湾を一望できるように配置されており、工場も空調が管理されています。食堂は淡路島の食材を中心に栄養を考えたメニューとなっており1年間同じ献立が出ることはありません。敷地内にはバスケットボールコートやフットサル場、ゴルフ練習場があり、ヨガ、自転車、ゴルフ、パティシエ、養蜂のサークルが活動しています。



遊び心もある本社工場エントランス

古市社長は「私自身も自転車部で島の生活を楽しんでいる。伸び伸びと働ける環境で、新しい発想を生むための刺激を受けながら、ものづくりを楽しめる人たちにぜひ来てほしい」と呼びかけています。

フルヤ工業(株)

篠山市大沢新110 ☎079-594-1111

柔らかい樹脂の成形を主に手がけ、色の異なる二つの同種材料、また2種類の材料を組み合わせる一体成形を得意としている。近年はシリコン素材との一体成形にも挑み、次なる成長を見据えている。

👑平成30年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

- 設立(創業)／1918年
- 資本金／4,500万円
- 売上高／21億9,700万円(2016年3月期)
(国内のみ) 24億5,800万円(2017年3月期)
18億7,200万円(2018年3月期)
- 従業員数／139名
- 平均年齢／37.5歳

プラスチックの一体成形技術に強み

樹脂のペレットを溶かして金型に流し込み、冷やして製品にするプラスチック射出成形加工を中心に、そこから派生した多様な樹脂の加工、それらを組み合わせる加工技術を広く扱ってきました。中でもエラストマーと呼ばれる柔らかい樹脂と、硬い樹脂を組み合わせる一体成形技術では追随を許さず、自動車、カメラ、衛生用品など私たちの身近な暮らしで使われる商品に数多く採用されています。



創業100周年を機に一新された社員食堂

昨年、創業100周年を迎えました。「長く続けてこられたのは代々の経営者が常に先を見据え、新しい技術の習得に挑んできたから」と降矢寿民社長。近年は、耐久性に優れ、特性がまったく異なるシリコンゴムと樹脂を組み合わせる難度の高い一体成形の生産ラインを取り入れ、新たな市場を開拓しようとしています。

手厚い福利厚生で、より働きやすい会社に

創業100周年を機に社員食堂を一新しました。モダンな空間に大きさ、高さが異なるテーブルやイスを配置し、1食200円の負担で3種類のメニューから選ぶことができます。また、3年前には事業所内託児所を整備して、社員の半数以上を占



事業所内託児所の整備は、女性従業員の定着につながっている

める女性従業員の定着につながっています。都心から離れているため人材確保に苦労して、早くからベトナム人の採用にも力を入れてきました。毎年の社員旅行、創業記念日恒例の牛肉、赤飯、日本酒の支給など、手厚く温かい福利厚生で地元にしかりと根を生やしています。

兵神装備(株)

神戸市兵庫区御崎本町1-1-54 ☎078-652-1111

様々な性状の液体を一つのポンプで移送する「ヘイシン モーノポンプ/ヘイシン モーノディスペンサー」。多様な分野の業界から持ち込まれる難問を解決し、近年は自動車・電機業界向けを強化する。

👑平成28年度 ひょうごNo.1ものづくり大賞 技術部門賞

- 設立(創業) / 1968年
- 資本金 / 9,950万円
- 売上高 / 103億円 (2015年12月期)
109億9,700万円 (2016年12月期)
119億 200万円 (2017年12月期)
- 従業員数 / 394名
- 平均年齢 / 42歳

液体移送の難問を次々に解決

一軸偏心ねじポンプという特殊原理をベースに、粘度、濃度の異なる多種多様な液体を移送するモーノポンプは、とくに高粘度・高濃度液の移送に力を発揮し、UV樹脂などの変質しやすい液や具入りスープなどの固形物を含んだ液、さらにはトナーなどの粉体までも高精度に定量移送することが可能です。「お客様から

与えられたハードルが高ければ高いほど、それに情熱を持って応える企業文化が私たちの最大の強み」と小野純夫社長は語ります。

新分野の開拓にも余念がありません。一例として、マイクロ～ナノリットルレベルの極めてわずかな量の液を吐出・制御できるモーノディスペンサーが挙げられます。電機業界(スマートフォン・液晶パネルなど)向けでの大きな需要創出が見込まれています。

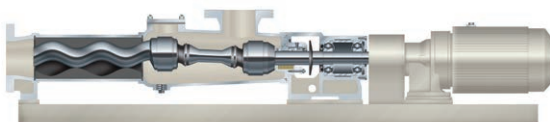


最新の展示場を備えた、製造・開発拠点の滋賀事業所

海外戦略見据え、人材開発にも注力

海外展開では、韓国に続く拠点として、2016年、台湾に駐在員事務所を設立しました。現地のニーズに合わせたモデルを開発し、さらなる市場開拓を目指します。また、海外を見据えた人材開発にも力を注いでいます。TOEICで一定以上の成績を収めた社員には、語学学校や短期語学留学の費用を会社が全額負担するなど、外国語研修制度の充実を図っています。このように、製品・サービスのいずれにお

いても品質の向上を目指すことが、顧客満足につながるという信念のもと、兵神装備は挑戦を続けています。



主力製品であるモーノポンプの断面構造

松谷化学工業(株)

伊丹市北伊丹5丁目3 ☎ 072-771-2001

私たちが日々口にする食品の中に含まれる加工でんぷんで圧倒的なシェアを誇る。よそにない製品を市場に送り出し続ける原動力は、失敗をおそれることなく挑戦できる社風にある。

でんぷんの限りない力を引き出して100年

パン、レトルト食品、即席めんなどの原材料名表示を見ると「でんぷん」「加工でんぷん」が多いことに気がきます。もちもち、サクサク、つるっとした食感や、つや出し、保存性などの品質向上に欠かせません。1919年創業当時は、でんぷん卸としてスタートし、洗濯糊など工業用でんぷんメーカーに転じ、高度成長期の頃から食品用でんぷん製造にシフトしました。現在は、「加工でんぷん」とでんぷんから派生した「でんぷん分解物(糖化素材)」「機能性素材」がバランスよく売り上げを構成しています。

近年は健康志向の高まりを受け機能性素材が好調です。「難消化性デキストリン」は、食事と一緒に摂取すると糖や脂肪の吸収を抑え、食後の血糖値上昇を緩やかにする効果があり、「希少糖」は砂糖に比べカロリー、甘味が8割程度で、内臓脂肪蓄積を抑える効果が確認され、多くの食品にとり入れられています。また、医療向けでんぷん素材の生産を強化するため、2018年春に新工場が完成しました。

家族のような会社であり続けたい

新しいでんぷんの価値を次々に提案し続ける同社の原動力は「失敗をおそれない風土にある」と人事部部長代理の寺園裕之氏。例えば、難消化性デキストリンは昭和の終わりに開発されしばらく日の目を見ることはありませんでしたが、粘り強く研究を続けた結果15年ほど前から火が付いたといいます。社内には野球、フットサル、軽音楽などのサークルも多く、アットホームな風土が浸透。「協調性を重んじることのできる人材に仲間に加わってほしい」と寺園氏は求める人物像を語ります。



希少糖含有シロップ

- 設立(創業)/創業1919年
- 資本金/1億円
- 売上高/568億円(2015年11月期)
553億円(2016年11月期)
563億円(2017年11月期)
- 従業員数/450名
- 平均年齢/41歳



ありがとう100年 よろしく100年
100周年記念ロゴ

まねき食品(株)

姫路市北条953 ☎079-224-0255

1888年の創業以来播磨の地に根付き、弁当、仕出し、レストラン、カフェなど食に関わる事業を広げてきた。近年は県外、そして海外での展開も加速し、まねきブランドを広げている。

- 設立(創業)／1888年
- 資本金／5,700万円
- 売上高／27億4,600万円(2016年8月期)
27億5,900万円(2017年8月期)
28億5,100万円(2018年8月期)
- 従業員数／367名
- 平均年齢／46歳

日本のお弁当文化をアジアに

2017年10月、台湾の台北駅構内に海外初となる駅弁の常設販売店をオープンしました。宅配でのニーズも増えており、順調な滑り出しを切っています。「お弁当はおすしなどと並ぶ日本が誇る食文化の一つ。手ごろでおいしさが詰まったお弁当文化をアジアで広げたい」と竹田典高専務。すでに台北市内中心部にうどんも提供する2号店もオープン。昨年はタイにも1号店を出店しました。



まねき食品株式会社 本社

JR姫路駅などのホームや構内で展開する「えきそば」で知られていますが、主力事業は創業以来駅構内などで展開してきた弁当・仕出し製造・販売事業です。10年前には大阪の百貨店に進出、近年は東京の駅弁イベントなどにも積極的に出店し、「まねき」ブランドの向上を狙っています。「まねきのファンになった人が姫路にも足を運んでくれたら」と地域に密着する企業としての思いも込めています。

若手社員からの提案も積極的に採用

弁当などのメニューは若手社員のアイデアが積極的に取り入れられています。入社3年目で品質管理部に所属する榮美咲さんは、3年前に姫路駅前の商業施設内



2017年10月オープン 海外の駅弁常設販売店(台湾の台北駅にて)

にオープンした「ハイミーカフェ」のメニューとしてイチゴのあまおうを花束状にゼいたくに重ねた「ブーケパフェ」を開発し、ヒット商品に育てました。「社内でもお弁当のアイデアコンテストが開かれるなど、誰でもチャレンジできる雰囲気があるのでやりがいを感じている」と話しています。

明昌機工(株)

丹波市氷上町沼148 ☎0795-82-7111

真空技術、機械制御技術などに強みを持ち、国や大学の研究機関が取り組む基礎研究、最先端の医療や企業の製品開発などにつながる実験や研究を下支えする最先端機器を製造している。

👑平成29年度 ひょうごオンラインワン認定企業

- 設立(創業)／1952年(創業1940年)
- 資本金／3,000万円
- 売上高／非公開
- 従業員数／52名
- 平均年齢／44歳

「ニホニウム」発見にも貢献

2016年11月、113番目の元素が日本人によって新たに発見され「ニホニウム」と名づけられました。この新元素の合成に成功した理化学研究所仁科加速器科学研究センターの加速器にも同社製の機器が使われています。ほかにも1km先の対象物に0.1mmの精度で放射光を導くための機器、物質を解析するために用い

る中性子ビームの整形装置、またガン治療用の陽子・重粒子のビームライン等、様々な最先端の分野で日本の科学技術の発展に貢献しています。「オーダーメイドの最先端実験装置を作るため、高度な技術力が求められる」と社長は語ります。



本社外観

やりたいことができる風土が根付く

現在は中性子・放射光・レーザー関連装置、超高真空装置、省力化を目的とした自動機、ナノインプリンターの4分野を手がけています。中でも自社開発製品の柱として育ったのがナノインプリンター。半導体などの表面にナノ単位で自在に凹凸をつけることのできる装置で、すでに100台ほどを出荷しました。

製品は一品受注が多く、「相手のニーズをくみ取り、当社の技術でいかに形にできるか柔軟に発想できる人間を求めている。やりたいことがやれる風土があり、離職者はほとんどない」ことも誇りです。「ナノインプリンターに代表される自社製品を今後さらに開発し、付加価値をより高めて社員に還元していきたい」と思いを語ります。



第一線でダイナミックに活躍している社員たち

(株)ヤマシタワークス

尼崎市西長洲町2-6-18 ☎ 06-4868-8477

研磨作業の下請け業として発足。2年後には自社工場を建設し、金型製造に進出した。現在、本社工場に加え、第2工場も稼働中。

- 👑 平成28年度 ひょうごNo.1ものづくり大賞 選考委員会特別賞
- 👑 ひょうごの成長企業
- 👑 平成26年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

- 設立(創業) / 1986年
- 資本金 / 1,000万円
- 売上高 / 9億8,300万円(2016年3月期)
10億1,300万円(2017年3月期)
11億3,000万円(2018年3月期)
- 従業員数 / 45名
- 平均年齢 / 38歳

加工だけでなく自社開発の商品も

当初は自動車向けの金型を大部分製造していましたが、2008年秋のリーマン・ショック後に医薬品向けの金型製造に自社技術を応用しました。複雑な形の金型の表面を鏡のように仕上げる自動鏡面加工装置「エアロラップ」を自社開発。複雑な金型の表面を、瞬時にかつ滑らかに研磨する装置で、国内だけでなく海外にも輸出されています。中小企業庁の「元気なモノ作り中小企業300社」にも選ばれました。「営業活動をしなくても、お客さまが向こうから来てくれます。その分、商品の価格を安くすることもできる」と山下健治社長。



会社外観

柔軟な組織文化でモチベーションを高める

技術力の源泉になっているのは柔軟な組織文化です。「自分に関係のない会議は眠いだけ。3分の朝礼で報告事項は済むし、必要があれば現場で関係のある人だけを集めてやりとりする」と山下社長は話します。縦割りではなく、テーマや技術ごとにメンバーを集めるプロジェクト型組織とすることでモチベーションを高めます。創業当時から女性の活用にも積極的で、従業員の約半数を女性が占めています。兵庫県の「ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰」も受けました。



エアロラップ作業

作業中にミスが起きても怒るのではなく原因や対策を追求します。不良品の発生を防ぐとともに「ミスした本人が一番つらいはず。気分を切り替えて家族と過ごし、また新たな気持ちで働いてもらうため」と話します。