

# ひょうご企業探訪

2019 学生が聞く

⑧

## 食塩使わず、素材の味生かす

100年余りの歴史を持つ豆菓子メーカーの老舗。古くから親しまれている落花生やそら豆などのほか、食塩不使用のナッツが好評だ。関西大の荒木孝治教授のゼミ生が、吉田直斗社長を訪ねた。

「原材料の調達や保管の工夫は。」

「原材料のほとんどは輸入で賄っています。在庫を十分に確保できるように、年1回の収穫期に1年分をまとめて購入し、神戸港の倉庫で保管します。保管期間が長く、商品ごとに適温が違うので温度管理を徹底しています」

「売れ筋の商品は。」

「かつては落花生がよく売れていました。近年は健康志向の高まりを受け、食物繊維が豊富とされるナッツが売り上げの6割を占め

吉田ピーナツ食品(神戸市長田区)

吉田直斗社長(45)



吉田直斗社長(右)に話を聞く関西大3年の青木由真さん。神戸市長田区神楽町2

ています。食塩を使わず、

素材の味を生かした商品が受けています。核家族化に伴い、大袋より個別包装商品の需要が伸びています

「豆菓子以外の商品は。」

「2012年からドライフルーツを販売しています。ナッツ類と同じおつまみ売り場に陳列されるため、(小売店に対し)販売



豊富な種類の豆菓子

### メモ

1914(大正3)年創業。従業員数は96人。豆菓子やナッツ類を販売。2018年6月期の売上高は53億円。19年春の採用は8人、20年春は7人を予定。神戸市長田区神楽町2の3の22。☎078・641・6262



他社がいて、提案が難しくなるのが課題です」

「購買世代は。」

「50歳代から増え、60、70歳代の割合がかなり多いと言えます。昨今の健康食品の需要増が拍車を掛けて、高齢者がほとんどを占めています」

「求める人材は。」

「まずはコミュニケーションを大切にできる人。困難に出さず、粘り強く前向きに行動できる人を求めています」

(まとめ・中村有沙)