# Mラボ就活2027 スタート！

PR

# チャレンジする気持ち、持ち続けよう

**神戸新聞社では、県内の優良企業や隠れた魅力ある企業の情報を発信し、人材確保に積極的な県内企業と地元への就職を希望する大学生のマッチングを目指す「Mラボ就活」プロジェクトに取り組んでいます。「Mラボ就活２０２７」のキックオフとして、六甲バター株式会社代表取締役社長兼ＣＥＯの塚本浩康さんにご登場いただき、自身の就職活動を振り返っていただくとともに、どんな人材を求めているのかを聞きました。**

## 塚本 浩康さん
### 代表取締役社長兼CEO

1975年、神戸市中央区出身。50歳。葺合高、神戸学院大卒、関西学院大学大学院経営戦略研究科修了。2000年に六甲バター入社。購買部長、稲美生産部長などを経て13年に取締役、21年に代表取締役社長就任。23年から現職。2児の父。

### 六甲バター株式会社

1948年、平和油脂工業として創立。54年に現社名に。「Q・B・B」ブランドを展開し、60年に世界初のスティックチーズを開発。71年に日本初の個別包装スライスチーズを販売。従業員は489人。東証プライム上場。

## 就職氷河期に就職できたことに感謝

**―自身の就職活動を振り返ってください。**

小さい頃から「おまえは4代目だ」と周囲から刷り込まれていたので、いずれは“家業”である六甲バターに入社するつもりでいました。ただ、その境遇に頼ることなく、自分の力を試してみたいという思いもあり、就職活動をしました。複数の会社から内定を得ていたのですが、父親の助言もあり六甲バターへの入社を決断しました。当時は就職環境が厳しく、就職浪人する友人も多い中で、働く先があることに感謝しました。

六甲バターのベビーチーズ、スライスチーズ製品

入社後は工場勤務からスタートし、特別扱いされることなく現場の従業員と同じ環境で働き、労働組合に入り、経営陣とも対峙しました。さまざまな現場を見て、多くの社員と人間関係を構築できたことが、現在の経営に生かされています。正直なところ、卒業後にそのまま入社したことにはもやもやする気持ちがあったのですが、結果的にはこれでよかったと思っています。

神戸マラソンでランナーにドリンクを渡す社員

## 満足して働ける環境を整えることが務め

**―現在、仕事をする上で大切にしていることは何でしょうか。**

チーズをつくるのも、売るのも、商品開発をするのも、それを支える総務、人事、経理業務に携わる人たちも、私一人ではできないことをしてくださっており、そうした従業員の皆さんのおかげでこの会社は成り立っています。社長にできることがあるとすれば、ここで働く人たちに幸せになってもらうことです。そのために、満足して働くことのできる環境を整えることが私の役割だと思っています。

そのために、従業員とコミュニケーションする機会を設けるようにしています。例えば、2カ月に1度、本社の会議室で従業員だれでも自由に参加できる懇親会を開いています。六甲バターの社名にかけて「六六会」と名付けているのですが、午後6時6分から66分間と時間を決めて、コミュニケーションを楽しみ、本音での会話から会社に求めていることなども聞き出しています。また、全国の営業拠点を訪ねる機会がある時も積極的にコミュニケーションをとるようにしています。場と雰囲気をわきまえながらですが、従業員のプライベートの話まで踏み込んで話をするときもあります。それも何より「従業員に幸せになってほしい」という思いからです。

## 兵庫の魅力を発信し認知を広げることが重要

**―兵庫県がさらに魅力的になるには何が必要でしょうか。**

兵庫県は、摂津、播磨、但馬、丹波、淡路の旧五国が一つになった県であり、それぞれに特色のある気候風土、歴史文化を有しています。それらを一つ一つ見ていると、非常に魅力的なものばかりであり、これからうまく情報発信して、広く認知をしてもらうことが大切だと考えています。当社はチーズ、ナッツメーカーであり、例えば、神戸のB級グルメも含めた多様な食文化、夜景などの誇れる観光資源と組み合わせた食事体験も提供していきたいと考えています。

## 新しい環境を楽しむと視野が広がる

**―どのような人材を求めていますか。**

チャレンジする気持ちを持ち続けられる人です。働き続けていると、さまざまなライフイベントや異動、転勤など環境の変化に直面します。そうなったときに、新しいことに挑んでみるとか、学び直してみるとか、別の角度から仕事にアプローチしてみようとか考えられる人は、成長できると思います。

私自身も30歳の時に、仕事をしながら、関西学院大学の専門職大学院、経営戦略研究科に入学し、2年間学びました。共に学ぶ社会人学生の姿を見て、世の中にはいろいろなことを考えている人がいて、チャレンジをしようとしていることに大いに刺激を受けました。同じ会社に働き続けていると、どうしても同質性に染まってしまいがちですが、外の空気に触れたことで視野が広がったとも感じています。何より、マーケティングについてしっかりと学ぶ機会になり、それがその後の経営にも生かされています。

例えば今取り組んでいるのは、神戸マラソンや東京マラソンへの協賛です。一見チーズと無関係に思えるマラソンですが、チーズに含まれる様々な栄養素がマラソンで傷んだ組織を修復することや、筋肉の合成・回復を高めることが報告されています。健康で明るく楽しい食文化を、チーズを通して多くの方へ提供することによって社会に貢献したい、皆様のチャレンジをサポートしたい、と考えています。

## 常に挑戦の場に身を置いて

**―学生の皆さんにメッセージをお願いします。**

安定や楽な方を求め始めると、どうしても成長が止まってしまいます。常に挑戦の場に自分を置いてほしいと思います。失敗は次の成長のために糧になるので、失敗を恐れずにどんどん挑戦してください。

２カ月に一度行われる「六六会」は役職に関係なく参加でき、社員同士の懇親の場になっている＝神戸市中央区坂口通1、六甲バター

企画・制作：神戸新聞社メディアビジネス局

# Mラボ就活 企画概要 Mlabo

## 神戸新聞社がサポートする兵庫県内企業の採用活動支援事業

ネットによる採用活動が主流になる中、大学生は大企業志向が強く、求人と求職のミスマッチが広がっています。一方で、地元就職（Uターン含む）を希望する学生・大学院生の割合は56.4%（※）と一定数あるにも関わらず、地方の企業は人材確保に課題を抱えています。特に、都市部から離れた地域の企業やBtoB企業にとって、若者の人材確保は深刻な問題となっています。

神戸新聞社はこうした状況に一石を投じようと、2013年から大学生と兵庫県内企業とのマッチングを支援する「Mラボ」事業をスタートさせました。2024年より、新たに地元で就職を希望する学生と、新卒採用に悩む県内企業のより質の高いマッチングを目的とした「Mラボ就活」を立ち上げました。

※マイナビ 2026年卒大学生 Uターン・地元就職に関する調査より

### 企画01 神戸新聞紙面掲載

※2025年度掲載

ご参加企業の紹介を掲載します。新聞紙面で掲載することで学生はもちろん、保護者や大学関係者にも広く周知できます。

### 企画02 大学内でのタブロイド版冊子の設置

※2025年度設置

キックオフ特集紙面を再編集のうえタブロイド版で増し刷りし、県内・県外大学（キャリアセンターなど）に設置いたします。多くの学生にダイレクトに周知する機会を創出します。

### 企画03 大学キャンパス内サイネージ

※2025年度放映

神戸市内の大学に設置するサイネージにて、参加企業の紹介とMラボ就活の告知を放映し、学生や学校関係者へ企業のPRとサイトへの誘導を図ります。

### 企画04 オンライン合同説明会 & 個別相談会

※2025年度開催

企業説明会と個別相談会を開催します。企業が、自社の強みや魅力を伝え、学生が、疑問点を質問したり、自分に合っているかなど確認することでミスマッチを解消します。

### 企画05 大学キャリアセンターとの「情報・名刺交換会」

※2025年度開催

大学キャリアセンターと企業の採用ご担当者による交流会を開催いたします。交流会を通じて、最新の就職活動状況や学生の動向などの情報交換、キャリアセンターご担当者とのコネクションづくりにご活用ください。

### 企画06 ひょうご魅力発見！「学生との交流会」

※2025年度開催

地元就職を考える学生との交流会を開催します。自社の強みや魅力の発信、インターンシップの参加促進などにご活用ください。全学年を対象といたします。

### 企画07 Mラボサイト

Mラボサイト内の就活プロジェクトページにて、参加企業、イベント、就活支援情報などを発信します。

### 企画08 SNS広報

MラボのFacebook・X（旧Twitter）アカウントにて、紙面への掲載時、オンライン合同説明会の開催告知、参加企業の説明会情報など、随時発信を行います。就職活動を考える世代にアプローチします。