

けんみんしょくひん

ケンミン食品(株)

神戸市中央区海岸通5丁目1番1号 ☎078-366-3000



公式サイト

国内のビーフン市場で約50%のシェアを占める。食物アレルギーの原因となる小麦を使わないグルテンフリーのラーメン、焼きそばも商品化し、安全でおいしいお米のめんの普及に努めています。

🏆 令和元年度 ひょうごオンリーワン企業

グルテンフリーめん、おいしい、健康、安心を提供



ヴィッセル神戸 協賛試合イベント 集合写真

戦時中、東南アジアや台湾などに赴いた人たちが日本に戻ってきた後、ビーフンの味を懐かしがる声に応え、台湾出身の創業者高村

健民が神戸でビーフンの製造を1950年に始めました。簡単に調理できるよう、1960年に商品化した味付きの「ケンミン焼ビーフン」が大ヒット。その後、原料のインディカ米の輸入規制に伴い、産地のタイに工場を作りビーフンメーカーとして不動の地位を築きます。

世界で食される麺の多くには小麦が使われますが、小麦アレルギーの人は食べられません。そこでビーフンを始め、米粉を使ったグルテンフリーの Pasta、ラーメン、焼きそばなどを次々に商品化。おいしい、健康、安心に寄与できる食品で社会に貢献しています。

あいさつ運動で育まれるチームワーク

SNSによる情報発信に力を入れ、公式ツイッターは社長も発信。また、インスタグラムは女性社員が担当し、日替わりでビーフンを使ったメニューを紹介し、ファンを増やしています。社員数は200人強で、全員の顔と名前が一致する適度な規模です。冷凍食品を製造する丹波篠山の篠山工場ではハッピーマイルと名付けたあいさつ運動が行われ、活発なコミュニケーションとチームワークが育まれる中で、高品質の商品生産につなげていきます。

国内ではビーフンが年間1億食消費されて

いますが、同社ではこれを2億食に増やす目標を掲げ、ラーメンや Pasta に肩を並べる食文化にしようとしています。



篠山工場外観

企業データ

■設立(創業)/1950年
■資本金/9,200万円

■売上高/82億円(2022年2月期)
■従業員数/219名

■平均年齢/41.0歳



赤あん・白あんの入った回転焼ござそうろう「御座候」を全国78店舗で実演販売しています。創業から73年。温かみのある手仕事の大切さを受け継ぎ、今日も愚直に伝え続けています。

本物の味をぶれることなく、手渡しで提供する



一個一個、丁寧に心を込めて焼き上げます

「本物の味をぶれることなく、手渡しで提供する」。創業来変わらず御座候作りに込められてきた思いです。商品の命ともいえるアンコは、北海道十勝産の小豆を厳しい基準で

選別し、年度ごとに異なる小豆の特性などに目配りしながら、その高い品質を生かす釜・炊き方で風味豊かに作られます。各店では経験を積んだ職人が丁寧に焼き上げ、焼きたてを販売員が包装紙に手際よく包んで手渡しします。

手仕事の豊かさと温かみを伝えようと、2022年4月には姫路の書写山ふもとの麓に初のカフェ業態となる手仕事喫茶「御座候 書写山麓店」をオープン。小豆・手亡豆てぼうまめの風味を生かしたケーキや、赤あん・白あんに合うコーヒーや煎茶を、手仕事の職人が作ったカップや皿で提供し、手仕事の温かさとともに伝えていきます。

女性の職人も誕生し、現在は10人に

350人いる社員のうち約200人が職人として働いている同社。本社にはお客様満足向上のための技能を磨き、学び合う場として「実演技能研究所」があり、お互い学び、気付きを得る場所になっています。また年に1回、全国で予選を勝ち抜いた職人がその技を競う「焼成技能大会」が開かれ、No.1を決定しています。3年前には女性の職人も誕生し、現在では10人にまで増えているとのこと。採用・初期訓練を担当する同社の山之内良洋さんは「全国各地で愛されているなじみのお菓



手焼きの温もりを届けます

子。一見単純だが奥深い手仕事の温かみを未来の世代につなぎ、100年企業を目指したい」と話しています。

企業データ

■設立(創業)/1959年
(創業1950年)
■資本金/8,527万円

■売上高/56億円(2022年9月期)
■従業員数/520名

■平均年齢/39.3歳

せいわこうぎょうしょ

(株)精和工業所

伊丹市北本町3丁目105番地 ☎072-782-0281



公式サイト

温水タンクやリチウムイオン電池ケースなどステンレス素材の溶接技術で強みを持つ精和工業所。働く人、地域の人が誇れる企業を目指して、自社商品の開発にも力を注いでいます。

薄いステンレスの溶接技術に強み



ステンレスの溶接風景

厚さ1mm以下の薄いステンレスをつなぎ合わせる溶接加工技術を得意とし、給湯器の温

水タンクやコンビニエンスストアのコーヒーマシン向け熱湯タンク、リチウムイオン電池ケースなどを製造しています。できあがった製品は温度、圧力、水質やその変化に耐えられる性能や精度が求められるため、溶接時の電流量、酸素遮断、専用器具開発など、ノウハウを組み合わせながら最適な条件で加工を行っています。

顧客からの厳しい要求に応えるべく独自の検定試験による資格制度を設けているのも特長の一つ。製造現場で働く女性パート従業員が溶接加工に興味を持って資格取得に挑み、正社員に登用された事例もあるそうです。

消毒液ディスペンサーなど自社製品も強化

「地域の人に誇りに思ってもらえる会社になることが目標」と話す原克彦社長。そこで現在力を入れているのが自社ブランド商品の開発です。すでに地域の酒造会社の要望に合わせて開発したホットビールサーバーを商品化。コロナ禍に合わせて2020年に商品化した、消毒液ディスペンサーは、来客の多い施設でも円滑に対応できるように大容量で瞬時に噴射できる構造とし、地元の伊丹市などへ寄贈。現在、多くの病院や大学などで採用が進んでいます。「ここで働いていてよかったと思える会社を目指し、社員が一体感を持って

働ける風土をつくって
いきたい」と話して
います。

自社商品
大容量消毒液ディスペンサー

企業データ

■設立(創業)/1962年
■資本金/2,400万円

■売上高/39億7,500万円(2021年9月期)
■従業員数/233名

■平均年齢/43.0歳



「新しい幸せを、わかすこと。」をビジョンに掲げ、給湯器のリーディングメーカーとして日本のお風呂文化を支えてきたノーリツには「人を大事にする文化」が根付いています。

🏠くるみん認定企業

常に新製品を他社に先駆けて開発



明石本社工場敷地内には工場だけでなく開発の施設もあります

ガス・石油給湯機器とガスコンロの製造を主力事業として展開し、日常生活に欠かせないお風呂と厨房を縁の下で支えるノーリツ。

お湯張り完了時に流れるメロディーと「お風呂が沸きました」のなじみの音声にピンとくればそれは「ノーリツ製」です。

創業来常に利便性、安全性、省エネを追求した商品を先駆けて開発し、「新製品のノーリツ」として高い評価を得ており、近年も浴室事故を防ぐ「見まもり機能」、衛生意識の高まりから「UV除菌機能搭載」の給湯器などが加わっています。国内向けには環境問題の観点から低炭素・脱炭素社会に向けた商品開発に注力し、海外向けについてはすでに展開している中国、米国、豪州に加え成長市場である東南アジア向けを強化しつつあります。

失敗をしても、挑戦をたてる

同社を支えるのが「たとえ失敗をしたとしても次どうするかを大事にする社風」と人事部企画室の藤田純子さんは言います。リーダー職を目指す若手社員向けには広い視野を養うため社外人材と交わる研修等の学習機会を設けています。「長く、安心して働き続けられるように」とテレワークの推進やコアタイムのないフレックスタイム制の導入、明石本社工場における社内保育園整備、健康経営の推進など「人を大事にする文化」も根付く同社。「常識にとらわれず未来を切り開くことので

きる人を」と藤田さんは求める人物像を語っています。



給湯器の生産ライン

企業データ

■設立(創業)/1951年
■資本金/201億700万円

■売上高/1,781億4,298万円(2021年12月期)
■従業員数/2,190名

■平均年齢/43.0歳

はーどぐらすこうぎょう

ハードグラス工業(株)

伊丹市北伊丹7-79 ☎072-784-3671



公式サイト

ハードグラス工業は、強化ガラスドアで国内7割のシェアを持っています。破損しにくい二重の合わせガラス、断熱性に優れる複層ガラスなど多彩なガラス製品をつくっています。

あらゆる場所のガラスドアに



合わせガラス施工例

700～800℃の高温でガラスを熱したのち、風を送りつけて急冷することで表面が丈

夫なガラスが出来上がります。これが強化ガラスです。同社が製造した強化ガラスドアはグランフロント大阪や六本木ヒルズ、銀座シックス、世界の空港や地下鉄など、私たちが日々目にする場所の多くで使われており、専務の下岡正典さんは「ここにもあそこにもハードグラス工業のガラスドアがあると実感できることが社員の何よりのモチベーションになっている」と言います。1970年の創業時から製造している強化ガラスドアでは周囲の枠も含め一貫生産ができることを強みに納期、価格、品質面で他社を圧倒しています。

これからもガラスで貢献

近年では、自動ドアのガラスに指を巻き込まれないよう防護柵を設けるなど安全性を高めたり、破損しないようガラスを二重にした合わせガラスと組み合わせたり、とこれまでに培ったノウハウをもとにした多彩な提案力も高い評価を得ています。

メリハリをつけた働き方を大切に、残業の削減、年間休日の増加にも積極的に取り組んでいる同社。2021年には、営業部門に初めて新卒女性社員が配属されるなど、女性社員の活躍の場も広がっています。「海外と比べて、日本では建築物に使われるガラスの割合が少なく、当社がガラスで貢献できる余

地はまだまだである」と下岡さん。さらに提案力に磨きをかけ、さらにハードグラスの存在感を高めています。



本社外観

企業データ

■設立(創業)/1970年
■資本金/2億120万円

■売上高/41億1,500万円(2021年3月期)
■従業員数/239名

■平均年齢/47.9歳



受託先の依頼をもとに製品の設計から製造までを行う化粧品ODMメーカー。90年近い化粧品製造の歴史で培った技術力と創意工夫を強みに多彩な化粧品を製造しています。

受託先の希望をふまえ化粧品を企画、製造



ミキサーをタッチパネルで操作し、化粧品を製造しています

受託先は百貨店やドラッグストア、バラエティショップなどの店頭販売のメーカーか

ら、通信販売のメーカーなど多彩です。どんな製品を売りたいのかをヒアリングをした上で企画、設計をし、研究開発を行ったうえで試作品づくりを繰り返し、販売に必要な薬事申請の手続きまで行って完成品として供給しています。提供する製品はスキンケア、ヘアケアからメイクアップまで網羅。時流をとらえた提案力と細かなニーズに応えられる技術力が問われる世界です。2022年には神戸、横浜両工場でSDGsの一環として環境の国際規格も取得し、環境負荷低減の取組にも注力しています。

Made in Japanのアジア進出を後押し

社員に浸透しているのが社にも掲げる「創意工夫」の精神です。難しい依頼に対する開発や、生産をより効率的に行うための改善なども「知恵を絞って最後まであきらめずにやり抜く姿勢が貫かれている」と経営企画部人事戦略課の泉さん。新卒入社した社員が今では海外工場の工場長になるなど、チャンスと働きやすい環境が整っています。

今後については「Made in Japanの化粧品に対する人気が高い中国をはじめとするアジア市場を見据え、受託先のアジアマーケット進出のサポートに注力するほか、国内向け

ではますます関心が高まっているエイジングケア（抗加齢）の提案力に磨きをかけていきたい」と先を見据えています。



西宮浜の工場には、およそ300人のスタッフが働いています

企業データ

■設立（創業）／1935年

■売上高／121億7,800万円（2022年3月期）

■平均年齢／37.2歳

■資本金／8,000万円

■従業員数／370名

ふじはつじょう

富士発條(株)

朝来市和田山町筒江165-51 ☎079-674-1600

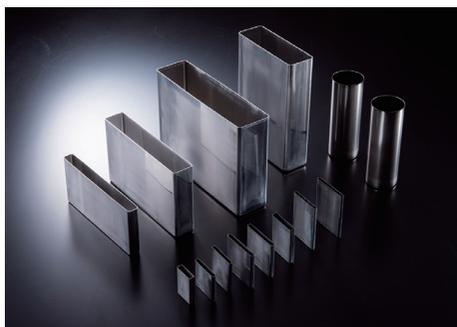


公式サイト

朝来市で、自動車向けリチウムイオン電池を安全に保護するアルミケースで70%以上のシェアを誇る富士発條。それは「従業員の“感動”を追求する」企業姿勢から生み出されています。

- 🏆 令和3年度 ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰
- 🏆 兵庫県立地支援企業
- 🏆 くるみん認定企業
- 🏆 えるぼし認定企業

自動車向けリチウムイオン電池アルミケースで高シェア



アルミバッテリーケース

線ばねメーカーとして創業し、より付加価値の高い板ばねに参入する際に、基盤となる金型作りも自ら手掛けるようになりました。その後挑んだプレス加工では、精密な製缶加工技術に磨きをかけていきました。そして、携帯電話に使われるリチウムイオン電池を皮切りに電池のアルミケース事業に参入。1枚のアルミ板から高精度かつ高い歩留まりで加工できる能力は他の追随を許さず、国内自動車メーカー向けリチウムイオン電池ケースでは約7割のシェアを獲得。今後、さらなるEV（電気自動車）の普及が見込まれる中、ますます同社の活躍の場が広がろうとしています。

従業員の“感動”を追求する

「開発するのも、モノをつくるのも、サービスをするのも結局は人。従業員が気持ちよく働けてこそ良い仕事ができる」と、藤井啓社長。「従業員の感動を追求する」経営を標榜するの**ひょうご**もそうした思いの表れだ。「“満足”で終わらせず“感動”してもらえるほどのことを会社が先取りして取り組んでいくことが必要」と職場環境の改善に努め、製造現場でも女性社員が生き生きと働く姿が見られます。“天空の城”として知られる竹田城跡に近い豊かな自然環境に恵まれ、自然災害の少ない地勢に立地する同社。「オープンで風通

しの良い社風をさらに実現し、電池ケース事業を極めていきたい」とさらなる成長を見据えています。



新入社員フォローアップ研修

企業データ

■設立（創業）／1959年
■資本金／9,500万円

■売上高／108億円（2022年3月期）
■従業員数／602名

■平均年齢／42.8歳



兵庫県内で15店舗のホームセンターを運営する。同業大手の画一的な店舗展開とは一線を画し、店ごとの地域特性、地域住民のニーズをふまえた品ぞろえ、サービスを実現しています。

地域の特性に合った店づくり



屋内緑化とアクアの融合

森林業の盛んな兵庫県泉粟市で生まれ育った安黒嘉宣社長。兵庫県中西部を中心に15ある店舗を通じて提案したいのは「花と緑に

あふれるローカルな暮らし」だと言います。それを象徴するように各店ではガーデニングのコーナーが特に充実しています。

地域の特性に合った店づくりをしているのも大きな特長です。阪神・淡路大震災後に开店した神戸駒ヶ林店では、銭湯がつぶれて困っている人たちの声をもとに「一か八か」で温泉を掘り当て温浴施設をオープンしました。佐用店では5名以上から要望があれば、車で店まで送迎するサービスも実施。これからは「健康長寿の実現」と「屋内緑化」をテーマにサービスを強化していこうとしています。

顧客にも従業員にも「寄り添った」経営を実践

原則、その地域で生まれ育った人を採用しているのも「地域のことをよく知り、地域に愛着を持つ人に接客してほしい」との思いからだそう。入社後は仕事オンリーではなく一人の社会人として成長してほしいとの考えから、入社数年目の先輩社員をメンターに付けて相談に乗るほか、交流や研修の機会も多く設けています。そして安黒社長自ら全店を月に2回は巡回し、従業員との密なコミュニケーションを大切にしています。顧客にも従業員にも「寄り添った」経営でこれからも地域から愛される店づくりを目指しています。

「お客様の喜びがわが喜び」



プロも満足する豊富な品ぞろえ

企業データ

■設立(創業)/1981年
■資本金/3,000万円

■売上高/144億8,200万円(2021年2月期)
■従業員数/880名

■平均年齢/46.0歳

まつたにかがくこうぎょう

松谷化学工業(株)

伊丹市北伊丹5丁目3番地 ☎072-771-2019



公式サイト

2019年でん粉ひと筋、創業100年を迎えました。「従業員は家族」「何事も果敢にチャレンジ」のびのびした風土のもと、でん粉の可能性を広げ続けています。

でん粉の新たな可能性を引き出す



2022年新入社員

「でん粉」や「加工でん粉」は、「もちもち」「サクサク」とした食感や、「つや出し」＝「保性」などの品質向上に欠かせず、パンや即席めん、レトルト食品、お菓子、飲料など多くの食品に含まれています。創業時はでん粉卸として

「従業員は家族」という言葉が浸透

「従業員は家族」という言葉が浸透しているのも同社ならではの。「働き方改革」という言葉が浸透するずっと前から定時退社が習慣化、有給休暇も当たり前のように取得しているとのこと。社内は野球、卓球などのサークルのほか、部署を超えて自主的にゴルフやテニスを楽しむ従業員が多く、そうした交流の中から何でも言いやすい風土が育ち、ひいては挑戦できる土壌が育まれているようです。

スタート。洗濯糊^{のり}など工業用でん粉メーカーに転じ、高度成長期の頃から食品用でん粉へとシフトしました。現在は天然のでん粉を原料にした食物繊維で、おなかの調子を整えたり食後の血糖値の上昇を穏やかにする難消化性デキストリンが多くの特定保健用食品や機能性表示食品に採用されるなど、健康をキーワードに新たなでん粉利用価値を提案し、売上げを伸ばしています。また、15年以上にわたり香川大学と共同で「希少糖」の研究開発を行い、国内外から注目されています。でん粉の価値創出に挑み続ける同社の原動力は「こんなことに挑戦してみたいというテーマがあればそれを否定することなく、尊重してやらせてみる風土」と人事部長の寺園裕之さんは言います。



100周年記念旅行（2019秋・北海道）

企業データ

■設立（創業）／1919年
■資本金／1億円

■売上高／538億7,200万円（2021年11月期）
■従業員数／580名

■平均年齢／42.0歳



豊岡市の地場産業である豊岡鞆とがのメーカーの中では後発参入ながら、いち早く海外に進出し、自社ブランドも展開するなど先駆的なチャレンジを続け、現在はSDGsの取り組みにも注力しています。

OEMだけでなく4つの自社ブランドを展開



新商品の企画ミーティング

創業者が金物販売業から鞆メーカーに転身したのは1964年のこと。以降、大手鞆メーカーやアパレルメーカーからの受託製造(OEM)を手掛けてきました。93年には業

界他社に先駆けて中国で生産を始め、同業他社が海外進出に転じた2000年代初頭には国産品質を重視し、国内に工場を新設するなど常に先を見据え、新たな取組にチャレンジしてきました。

そして、機能美を追求した自社ブランド「アートフィア」「アトリエNUU」を皮切りに2009年以降4つの自社ブランドを展開。一方でOEMでは、国内外のハイブランドからの受託製造を増やしています。今後は自社ブランドの海外展開にも本腰を入れていこうとしています。

廃棄漁網をリサイクルしたスクールリュックを商品化

数年前に「鞆創造により人生を豊かにする」というミッションを掲げ、共に働く人、得意先、仕入先など関わる人すべてをリスペクトする「仲間を大切に」というバリューを掲げました。

商品開発面の取り組みとしては海洋汚染の原因となる廃棄漁網をナイロンチップにして再生した生地を使って小学生用のスクールリュックとして商品化。そこには「子どもたちに海の環境を守る大切さを伝えたい」との思いが込められています。また、どのような技術や知識を身に付ければ評価につながるかを明確にした人事制度を2020年から導入。

すべての社員が向上心を持って働ける風土づくりを目指しています。

2021年には働きやすく、働きがいのある職場としてあんしんカンパニー*の表彰を受けています。



*あんしんカンパニー
女性にとって働きやすく、働きがいなどが高い水準に達している豊岡市内の事業者を表彰する制度です。

企業データ

■設立(創業)/1971年
■資本金/1,000万円

■売上高/非公開
■従業員数/191名

■平均年齢/42.0歳