

信栄食品(松本市)

EC事業部 矢内 未緒さん(24)

知りたい! 信州の会社

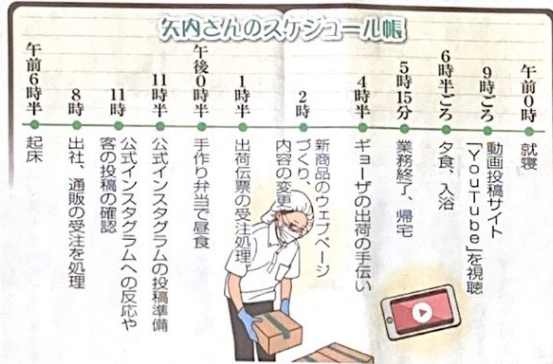
冷凍ギョーザ製造の信栄食品(松本市)に入社して5年目の矢内未緒さん(24)は、EC事業部で通信販売の受注処理や会員制交流サイト(SNS)での情報発信を担当する。「インスタグラムに投稿すると、内容によって反応の大きさが違う。(閲覧数など)数字で結果が分かり面白い」と話す。

東京摩郡山形村出身。塩尻志学館高校(塩尻市)でワインの醸造を学んだ後、新潟市の専門学校で酒の醸造を研究し、パンの開発にも関わった。食品会社への就職を希望し、インターネットで見つけた信栄食品の工場を見学。大量のギョーザが整然と作られる様子が感動し、入社を決めた。

ギョーザの検品などを担当した後、EC事業部に移って自社商品「マッスルギョーザ」のインスタグラムの公式アカウント管理を任されている。高タンパク、低カロリーでダイエット中の女性や健康志向の人をターゲットにした商品。鶏肉以外の選択肢としてマッスルギョーザをアピールしようと、「サラダチキンばかり食べてない?」と投稿したところ多くの反応が集まった。「共感を得られたのかも」と手応えを口にする。

今後は通販で注文した客に新商品を紹介するなどリピーターを増やす方策を考えたいとする。「いろいろな情報発信を試し、顧客の動向をつかみたい」と意気込む。

SNSで商品発信 反応に手応え



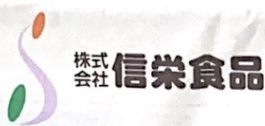
就活アドバイス 中小企業にも視野広げて

もともと食品に関わる仕事がかたがたの思いがあり、高校と専門学校でワインやパンの製造、開発について学びました。就職活動を始めてまず、漬物を製造する県外の大手企業の説明会に参加しました。話を聞いて自分とは合わないと感じ、県内の食品会社をインターネットで探して信栄食品を見つけました。大手だけを目指すので

はなく、視野を広げて地元の中小企業の説明会も覗いてほしいです。「この会社が自分に合うかも」と発見があると思います。

企業を調べる際は会社のホームページに加え、ツイッターやインスタグラムなど会員制交流サイト(SNS)も見てほしいです。SNSに力を入れている中小企業も多く、会社の雰囲気も分かります。

信栄食品 冷凍ギョーザに特化 OEMが主力



実父が群馬県で営んでいた食品製造会社の経営基盤と取引先の工場を神倉藤男社長が引き継ぎ、1997年に

松本市で創業。冷凍ギョーザの製造に特化し、全国各地のスーパーや量販店、飲食店に卸している。

OEM(相手先ブランドによる生産)を主力とする一方、自社ブランド商品も手掛ける。2015年に地元の伝統野菜「松本一本ねぎ」を使ったギョーザを商品化したのを皮切りに、独自性を打ち出したギョーザを

相次いで開発。19年からシリーズ展開する高タンパク、低カロリーの「マッスルギョーザ」は、体づくりに関心がある層に加え、健康に気を使う高齢者にも好評だ。

新型コロナウイルスの感染拡大で飲食店向けの販売が落ち込む一方、巣ごもり需要でスーパー向けの出荷や通信販売は好調。インターネット

通販を担当するEC事業部専用のオフィスが4月に松本市内に開設し、通販の強化を図る。健康志向に加え、畜産の環境負荷への問題意識からベジタリアンやビーガン(完全菜食主義者)が増えているを受け、肉の代わりに大豆を使った商品のラインアップを充実させ、海外販路の開拓に力を入れる。

住所	松本市並柳4-1-37
売上高	13億1700万円
純利益	3900万円(2020年9月期)
従業員	70人
採用	
21年実績	高校2
22年計画	大、短大、専門、高校問わず4人程度
インターン	応相談
連絡先	本社代表 ☎0263-26-6261

うちのイチオシ 若手の意見も積極採用

年功序列を気にする雰囲気はなく、若手社員の意見も業務に生かしています。会社の成長につながるアイデアを一人一人に考えてもらおうと、従業員が誰でも応募で

きる社内コンクールを毎月開催。「食品の安全性」「工場の安全管理」「品質向上」などテーマを変えてアイデアを募り、良い考えを採用して社内でも共有しています。

最優秀賞や優秀賞に選ばれると賞品がもらえ、連続で賞を取る人もいます。従業員のレベルアップにつながり、会社にもメリットがあります。(神倉藤男社長)